

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا أنموذجا)

Developing Carroll's pyramid model of corporate social responsibility in response to health requirements (Corona crisis as a model)

بورزيق خيرة¹

¹ جامعة د.الطاهر مولاي-سعيدة، bourezigkheira@yahoo.com

تاريخ النشر: 2020/12/03

تاريخ الاستلام: 2020/09/06

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تطوير نموذج كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات، نظرا للمرونة التي تتسم بها وقابليتها للتطور استجابة للمتطلبات المستجدة. وهذا من خلال اقتراح بُعد صحي في مواجهة الأزمات الصحية كأزمة فيروس كورونا. ونظرا للدور الكبير الذي يمكن أن تضطلع به الشركات في هذا المجال، نقترح وضع استراتيجية طويلة المدى تتضمن عناصر صحية مهمة، حماية للعمال والمستهلكين ومختلف أصحاب المصلحة بالمجتمع، بدلا من مجرد مبادرات مؤقتة وعشوائية. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، البعد الصحي، أزمة كورونا، هرم كارول. تصنيفات JEL: M14، P36، I19.

Abstract:

This study aims to develop Carroll's model for the dimensions of corporate social responsibility, given its flexibility and potential for development in response to emerging requirements. This is by proposing a health dimension in the face of health crises such as the Corona virus.

Given the large role that companies can play in this field, we suggest developing a long-term strategy that includes important health components, protection for workers, consumers and various stakeholders in society, rather than just temporary and random initiatives.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Health Dimension, Corona Crisis, Carroll's Pyramid.

JelCodes: M14, P36, I19.

1. مقدمة:

إن الوضع الذي نواجهه الآن منذ ظهور الوباء المسى "كورونا" هو أخطر ما شهدناه في وقتنا الراهن، فمنذ أن أعلنت منظمة الصحة العالمية في الحادي عشر من شهر مارس تفشي هذا الفيروس راحت العديد من البلدان تتخذ تدابير صارمة، إلا أن الوضع أخذ يتطور وبسرعة إلى أن اضطرت معظم الدول إلى إغلاق مرافقها العامة والحيوية، وهذا ما أثر سلباً على اقتصادها وحتى على أوضاعها الاجتماعية التي ازدادت تأزماً. إن العبء الكبير الملقى على عاتق الحكومات قد أثقل كاهلها ولم تعد تقوى على احتواء الأزمة لوحدها، هذا ما جعل الكثير من الشركات تتحرك وتلجأ إلى تفعيل ضميرها والمتمثل في تبني أو تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية. وبهذا شكلت أزمة فيروس كورونا في زمننا هذا اختباراً حقيقياً، منح فرصة الاطلاع على السياسات الصحية وإدارتها من قبل الدول، كما سلط الضوء على عالم الشركات الذي اتخذ بالفعل مقياس التغييرات المطلوب تنفيذها في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات. فراح البعض يدعو إلى إعادة تحديث هدف الشركة على أساس نموذج أعمال مستدام، مع الأخذ في الاعتبار القضية الصحية إلى جانب القضايا الأخرى في سياسة المسؤولية الاجتماعية. (Fournier, 2020).

- أهمية الدراسة: تبدو أهمية الدراسة في التركيز على دور الشركات المسؤولة اجتماعياً في النهوض بالجانب الصحي الذي أصبح من أكثر الأمور اهتماماً في عصرنا هذا ومستقبلاً.
 - هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى اقتراح بُعد جديد إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية التقليدية التي جاء بها نموذج كارول، وذلك بإضافة البعد الصحي في محاولة لتطوير النموذج تماشياً مع الظرف الذي يمر به العالم أجمع.
 - منهج الدراسة: تم اتباع المنهج الوصفي للتعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا، بالإضافة إلى المنهج التحليلي في تحليل عناصر البعد الصحي وتطبيقاته، محاولين الإجابة على الإشكالية التالية: - إلى أي مدى يمكن للبعد الصحي أن يخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات كإستراتيجية تقدمية في مواجهة الأزمات الصحية؟
2. مكانة البعد الصحي بين الأبعاد التقليدية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

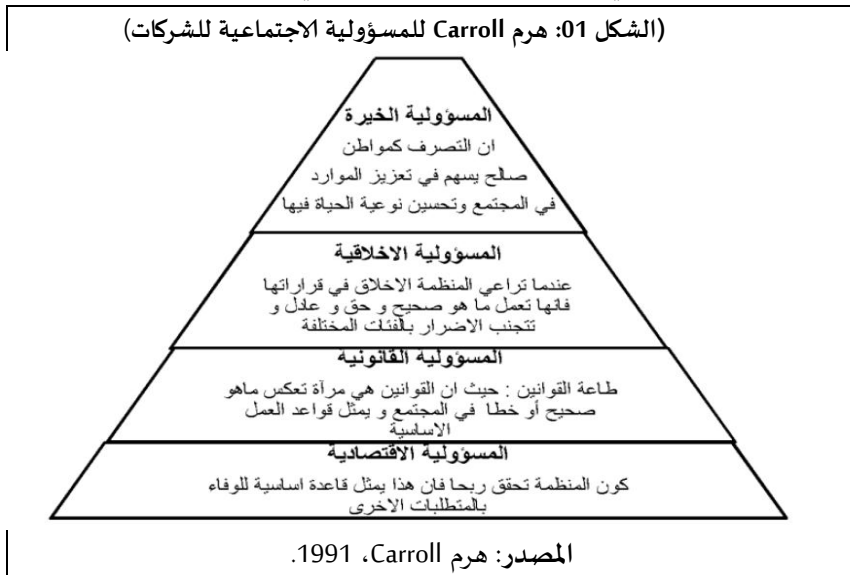
يعتبر "ميتون فريدمان" من أوائل من عرفوا المسؤولية الاجتماعية في سبعينيات القرن الماضي، إذ يرى أن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال سداد الأجور للعمال مقابل العمل

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا نموذجا)

الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات لتقديم الخدمات العامة، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة، كما يقربان تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل، ومن شأنه أيضا إعطاء قوة اجتماعية للأعمال بشكل أكثر من اللازم (فلاق، 2016، صفحة 43). من خلال هذا التعريف يتضح بأن مهام الشركة في إطار مسؤوليتها الاجتماعية واسعة وقابلة للإضافة، وهذا ناتج عن خصائص وسمات المسؤولية الاجتماعية أهمها المرونة والقابلية للتطور، إذ أن جميع الإجراءات والتقارير والمعايير التي تتماشى معها موجودة لمحاولة إثبات شيء واحد، وهو أن الشركات تغير نموذجا للمشاركة بنشاط أكبر في السعي لتحقيق المصلحة العامة (Fournier, 2020).

1.2 الأبعاد التقليدية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

جاءت مساهمة الباحث "كارول" في عام 1991 بنقطة نوعية في توسيع دراسة المسؤولية الاجتماعية، حيث ميزت بين أربع أبعاد تتمثل في (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الخيري) وهي أبعاد أساسية لمحتوى المسؤولية الاجتماعية اتجاها مختلف أصحاب المصلحة فيها. ولقد وضع هذه المسؤوليات الأربعة في نموذج هرمي عُرف بـ "هرم كارول" للمسؤولية الاجتماعية، حيث يقع البعد الاقتصادي في قاعدة الهرم، ولا يمكن للشركة الوصول إلى أعلى مستوى إلا بالوفاء بباقي المسؤوليات الأخرى (الغالي و العامري، 2016، صفحة 83).



نلاحظ من خلال شرح الأبعاد في الشكل (1) لهرم كارول أنها مترابطة، غير أنها متفاوتة في شدة الإلزام. سوف يخدمنا التطرق إلى هذه الأبعاد بشكل جيد في التمييز بين إدراج تدابير صحية في ثنانيا هذه المستويات للمسؤولية الاجتماعية، أو تخصيص عناصر ذات طابع صحي ضمن بُعد مستقل.

1.1.2 البعد الاقتصادي: يستند هذا البعد إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية المطالب بها، ويجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحررة والاستفادة منها بما لا يلحق ضررا في المجتمع والبيئة (الغالبى و العامري، 2016، صفحة 65)، مما يعني أن تحقيق الربح ضروري للشركة حتى تتمكن من تحقيق باقي الأبعاد. ولورجعنا إلى التجربة التي مرت بها الشركات في ظل أزمة كورونا، نشهد بعض علامات الانفتاح تظهر من جانب الشركات التي توافق على خفض أرباحها للتعامل مع تداعيات الأزمة، أو التي تقلل من رواتب مديريها. حتى أن بعض الشركات تفكر في تخفيض مؤقت في الأجور العليا لمسيرها لتجنب الاضطرار إلى تسريح عمالها (Fournier, 2020). من هنا نلاحظ أن الأزمة الصحية من أخطر الظواهر التي تستدعي المواجهة مهما كلفت من خسائر من منظور الشركات المسؤولة.

2.1.2 البعد القانوني: يقصد بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية احترام الشركة للتشريع والتنظيم المعمول به، بالإضافة إلى احترام المعايير والتوجيهات والمدونات ومختلف النصوص الدولية. ما يشد انتباهنا في هذه النقطة هي التشريعات الخاصة بحماية الصحة، حيث أن الشركات يقع عليها واجب الامتثال الجيد لجميع القوانين الرسمية والدائمة التي تلتزم بها في المجال الصحي، كقوانين السلامة والصحة المهنية وقوانين البيئة الدولية منها والمحلية. وما لاحظناه خلال أزمة كورونا أن العديد من الدول راحت تسن الكثير من القوانين واللوائح الحمائية منها والتوجيهية. فعلى سبيل المثال صدر عن الحكومة الجزائرية مراسيم تحدد تدابير التباعد الاجتماعي الموجهة للوقاية من وباء كورونا، منها المرسوم التنفيذي رقم 20-69 المؤرخ في 21 مارس 2020، "المتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء كورونا (كوفيد 19) ومكافحته". ما يهمنا منه المواد التي تطبقها الشركات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية في بعدها القانوني، لاسيما المواد 06، 08، 09، التي نظمت كفاءات تمكين العاملين من عطلة استثنائية مدفوعة الأجر خلال مدة الحجر الصحي؛ منح الأولوية في العطلة الاستثنائية للنساء الحوامل والمتكفلات

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا نموذجا)

بتربية أبنائهن الصغار وكذا الأشخاص المصابين بأمراض مزمنة وأولئك الذين يعانون هشاشة طبية؛ والسماح للإدارات باتخاذ كل إجراء يشجع العمل عن بعد (المرسوم، رقم 20-69).

3.1.2 البعد الأخلاقي: يشير البعد الأخلاقي إلى المبادئ والممارسات الأخلاقية التي ينادي بها أعضاء المجتمع، في هذا الإطار قامت العديد من الشركات بممارسات أخلاقية اتجه المجتمع مبتعدة عن الاهتمام بالربحية. فمثلا تحملت Orkla (شركة السلع الاستهلاكية ذات العلامات التجارية الرائدة في منطقة البلطيق) بصفتها موردا للمنتجات الغذائية والتنظيف مسؤولية اجتماعية هامة تجاه المجتمع أثناء تفشي فيروس كورونا. حيث ونظرا إلى أن المنتجات الغذائية ذات الصلاحية الطويلة، وصابون اليد، ومنتجات التنظيف من العناصر الأكثر طلبا حاليا من قبل المستهلكين؛ فإن هذه الشركة تعمل على التوصيل وإعادة ملء أرفف المتاجر بالمنتجات التي يحتاجها الناس، وبهذا فإنها تكون قد مارست نشاطها بأسلوب أخلاقي (Orkla, 2020).

4.1.2 البعد الخيري: يتمثل هذا البعد في شعور الشركة من تلقاء نفسها بالتزاماتها بفعل ما يحقق المصلحة والخير نحو المجتمع كهبات الإحسان والتبرعات، هذا ما قامت به عدد من الشركات في ظل أزمة كورونا كتقديم الدعم لإقامة مستشفى ميداني لعزل الحالات المشتبه بإصابتها بالفيروس، وتقديم إعانات لشراء تجهيزات المستشفيات من أدوية وأجهزة تنفس، إلى جانب تبرعات مالية لأغراض صحية، وغيرها من الأعمال الخيرية لمكافحة الأزمة.

هذا ما تم فعلا على مستوى الشركات المسؤولة اجتماعيا في ظل هذه الأزمة الصحية العالمية، من هنا يبدو جليا بأنها كانت مجرد إجراءات ظرفية استثنائية، ومبادرات غير ممنهجة. ونلاحظ في الآونة الأخيرة أنها قلت واقتصرت أحيانا على بعض المساعدات المحدودة والمؤقتة وأحيانا أخرى استجابة لقوانين صارمة. كما تمت في كثير من الأحيان بناء على ضغوط من المجتمع المدني، وبعضها كان تغطية لتصرفات غير مسؤولة منها الاحتكار، والرفع في الأسعار، والتسريح الجماعي للعمال.

2.2 مفهوم البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

تعرف منظمة الصحة العالمية 1948 الصحة بأنها: "حالة من المعافاة الكاملة جسديا ونفسيا واجتماعيا، لا مجرد انتفاء المرض أو العجز" (أبورمان، 2020). ما نلاحظه في عصرنا هذا أن حالة المعافاة هذه تضررت بشكل كبير جراء تفشي فيروس فتاك سواء على المستوى الجسدي أو النفسي، ومست كل شرائح المجتمعات. في ظل هذه الظروف الشاذة والتي لم تكن

في الحسابان، تأثر اقتصاد الدول بشكل كبير، فأصبحت الشركات مضطرة لإعادة حساباتها التي لن تتفطن لها حتى إدارة الأزمات، فحين يتعلق الأمر بالصحة لن تجد ضمن برامجها واستراتيجياتها ما يتناول هذه النقطة التي تتجاهلها غالبية الشركات رغم قوة وقدرة الجانب الصحي على قلب الموازين وخفض معدلات الإنتاج والأرباح إلى درجات مخيفة.

1.2.2 أهمية البعد الصحي:

مما تقدم؛ رغم قيامنا بدمج التدابير الصحية ضمن الأبعاد التقليدية في هرم كارول، هذه التدابير التي اتخذتها العديد من الشركات مدعية أنها تدخل في إطار ممارستها للمسؤولية الاجتماعية، إلا أنها لم تكن كافية ولا فعالة في كثير من الأحيان، كما أنها جاءت جد متأخرة بعد أن فاقت الأضرار الناجمة عن الفيروس كل الحدود المتوقعة، وهذا راجع لسببين رئيسيين:

- الطابع المؤقت للتدابير الصحية المتخذة، وإلحاقها بالتدابير الاستثنائية؛
- الطابع الخيري للمساهمات المقدمة في سبيل الحماية الصحية، والتي تفتقر إلى استراتيجية مسبقة مدروسة ودائمة.

فكما يبدو- أو بالأحرى أصبح الآن بالذات يبدو لنا- أن عامل صحة الكائن الحي يلعب دورا أساسيا وبارزا في كل المجالات، فالاقتصاد يحتاج إلى أصحاء لاستهلاك المنتجات، وأصحاء للعمل بالمنظمات، وأصحاء للإدارة والتسيير وسن القوانين .. كما للصحة علاقة وتأثير وبالبيئة أيضا، فكل شيء يتغير فجأة وبسرعة بفضل عامل الصحة. علق "مارك سوزمان" الرئيس التنفيذي لمؤسسة جيتس قائلًا: "نذكرنا وباء كورونا بأن الأمراض المعدية لا تحترم الحدود، ولا يوجد مجتمع محصن ضد خطر الوباء العالمي" (Girling, 2020).

من هنا؛ ويهدف وضع خطة عمل للمساهمة في مواجهة ومكافحة الأوبئة من قبل الشركات، ارتأينا تقديم اقتراح يتضمن تطوير نموذج هرم كارول حسب ما تقتضيه ظروف الصحة التي تتميز بالمباغثة والمفاجأة دون سابق إنذار، وهذا بإضافة بعد آخر إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهو "البعد الصحي"، لما لهذا البعد من أهمية بالغة في الإبقاء على باقي الأبعاد وتطويرها، وذلك بوضعه مستقلا وليس الاكتفاء بدمج تدبيره في فحوى باقي المستويات.

حيث نبقي في قاعدة الهرم المسؤولية الاقتصادية، فوقها المسؤولية الصحية، ثم المسؤولية القانونية، ثم الأخلاقية وأخيرا الخيرية (كما يوضح الشكل أدناه). وهذا حتى يبدو واضحا، وترسم له الشركات خطة استعداد وتصدد ضمن استراتيجية استباقية ومنظمة،

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا أنموذجا)

صالحة على المدى المتوسط والبعيد. كما وأطلقنا عليه اسم "هرم كورونا" نسبة إلى الوباء الذي بمناسبة فكرنا في جعل البعد الصحي سلاح المسؤولية (الاجتماعية والمجتمعية) للشركات ضد الأوبئة والأمراض.

(الشكل 02: موقع المسؤولية الصحية من بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات)



المصدر: من اقتراح وإعداد الباحثة، 2020.

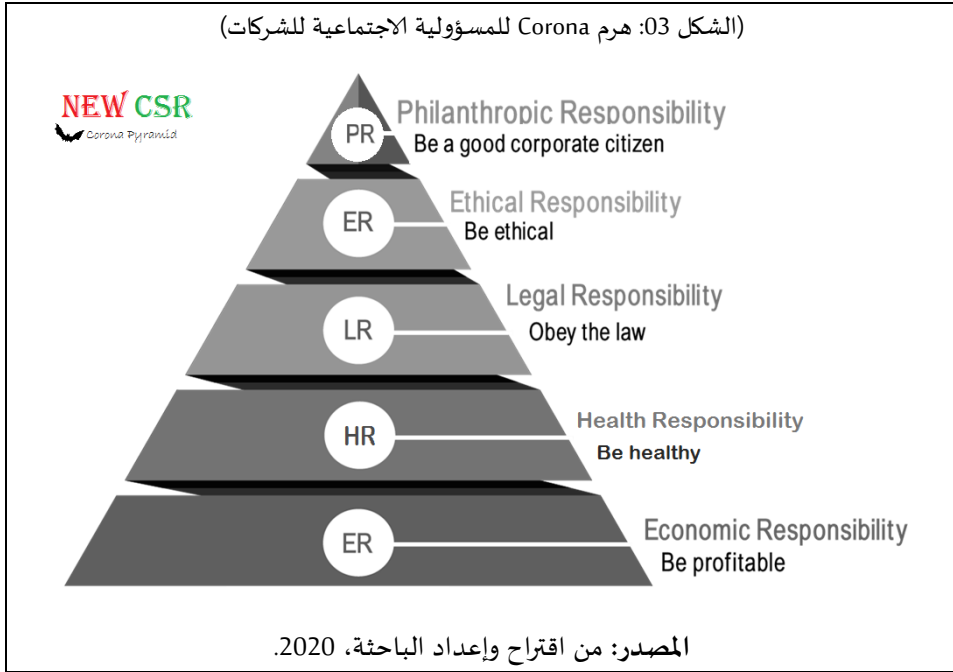
يمكننا التنويه حسب الشكل 03 إلى أنه نظرا لأهمية البعد الصحي (أو بالأحرى المسؤولية الصحية) فإنه يتقدم على البعد القانوني، وبالتالي يمكن مخالفة القانون خدمة للصحة. على سبيل المثال خرق قاعدة "لا أجر بدون عمل" إذا دعت الضرورة إلى تسديد أجر العامل حتى بدون أدائه للعمل بعد توقيفه المؤقت، وهذا لضرورة اقتضتها صحته وصحة زملائه.

2.2.2 تعريف البعد الصحي:

إن إعطاء الاهتمام البالغ للجانب الصحي فرصة للشركات لإظهار التزامها بصحة سكان العالم وسلامة القوى العاملة، وأيضا لضمان استمراريتهما وتعزيز ثقة المجتمع والدولة اتجاهها، قبل أن تفرض عليهما إجراءات صارمة قد تصل إلى حد الغلق أو التوقف عن النشاط. قال الدكتور "كورين ديشيريكو" كبير الأطباء في شبكة الرعاية الصحية في نابولي: "إن المسؤولية الاجتماعية خلال هذا الوقت الاستثنائي غير المسبوق أمر بالغ الأهمية. قد نحتاج إلى تغيير

حياتنا بطريقة ما حتى نتمكن من بذل كل ما في وسعنا للتخفيف مما يحدث". بالإضافة إلى ما قالته عالمة الأخلاق الطبية "كاثرين درابيك" من جامعة جنوب فلوريدا: "إن الأمر متروك لنا للارتقاء لنفعل ما هو الأفضل لمجتمعنا. فكر في هذا على أنه واجبك المدني لحماية الجميع، لأن ما لا نريد أن يحدث هو أن تتطور الإجراءات حيث لا تصبح طوعية" (county, 2020).

من هنا؛ وكمحاوله للوصول إلى مفهوم البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية للشركات، يمكننا تعريفه كالآتي: "البعد الصحي هو أن تراعي الشركات في نشاطها الجانب الصحي وتضعه في قائمة أولوياتها، واتخاذ كل الاحتياطات اللازمة للحفاظ على صحة موظفيها وعملائها والمساهمة في حفظ الصحة العامة، ووضع خطط استعداد وتصدي للأوبئة، وتخصيص نفقات تودع في حزم التوفير تأهباً للأزمات الصحية المفاجئة، مع إنشاء وثيقة إرشادات صحية أو مدونة سلوكية اتجاه الصحة إذا اقتضت الحاجة ذلك".



3. عناصر البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

من خلال التعريف أعلاه، يمكن استنباط أهم العناصر ذات البعد الصحي، والتي تمس مختلف نشاطات الشركة وتفاعلها مع أصحاب المصلحة، مع ضرورة وضعها ضمن استراتيجية

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا نموذجا)

واضحة وسليمة، وتبدو الحاجة أكثر إلى ذلك حين يكون اللوباء بعدا محليا وليس دوليا، وبالتالي يكون على الدولة والشركات مجابهة ذلك دون انتظار دعم خارجي مادي أو إجرائي. يمكن إجمال هذه العناصر في سبع نقاط أساسية، على سبيل المثال لا الحصر تتمثل في (التسويق الصحي؛ برنامج موظفون أصحاء؛ محركات البحث الصحي؛ الإعلانات الصحية؛ صندوق التبرع للصحة، مدونة السلوك الصحي؛ التقرير السنوي للمسؤولية الصحية):

1.3 التسويق الصحي:

✓ مع التفكير في كيفية تقليل تأثير الأوبئة والأمراض المعدية على حركة التسويق النموذجية في حقبة تقود فيها المسؤولية الاجتماعية للشركات سلوك المستهلك، يجب أن يلتزم رؤساء منظمات التسويق وفرق التسويق الخاصة بهم بأنفسهم وزملائهم ومجتمعاتهم والعالم بحماية المجتمعات من ذعر الفيروس؛

✓ الحفاظ على الأسعار نفسها أوقات انتشار الأمراض، وليس الرفع منها للتهافت عليها لما تفرضه الضرورة الملحة، وعدم استغلال محتاجيها، كما يجب العمل على خفض أسعار المنتجات الضرورية خاصة لفئة الأطفال وذوي الاحتياجات الخاصة. بالإضافة إلى عدم احتكار المادة أو حججها؛

✓ في عصر يمكن فيه للنجاح التسويقي أن يتوقف على قدرة النشاط التجاري على الاستجابة السريعة والاستراتيجية المحورية حول الاتجاهات في الوقت الفعلي، فإن اندلاع الفيروسات يغير سلوك المستهلك. تماما مثلما يعدّل الرؤساء التنفيذيون سياسات السفر في مهام العمل ويجهز متخصصو تكنولوجيا المعلومات الشبكات لتدفق حركة العمل من المنزل، على فرق التسويق أن تستعد أيضا للتغيرات، إذ يمكنها إعداد طريقة لإيصال المنتجات بطريقة حذرة وآمنة إلى طالبيها المصابين أو المعرضين للإصابة، تحت إطار "التسويق المحمول" تجنباً لخروج المستهلكين واختلاطهم، لاسيما عند اتخاذ إجراءات الحجر الصحي.

2.3 برنامج موظفون أصحاء:

يجب على أصحاب الأعمال الاعتراف بشركاتهم وموظفيهم على أنهم مجتمعات في حد ذاتها. فيمكن للمنظمة وكإجراء استباقي إعداد استراتيجية خاصة بالعاملين لديها، تتضمن كفاءات المحافظة على صحتهم داخل وخارج الشركة، من خلال:

✓ الإخضاع المتواصل للعمال للفحوصات الطبية في الظروف العادية، حتى ولو كانت الشركة خدماتية، لأن هناك من الأمراض ما تنتج عن التوتر المهني أو الإرهاق في العمل كالزهايمر، وليس فقط بالنسبة للشركات المنتجة. كما يفيد هذا الإجراء في كشف الأمراض في بدايتها قبل تفاقمها، أو تفشيها إذا كانت معدية كون أن أماكن العمل من بين أكثر الأماكن عرضة للعدوى بشكل سريع؛

✓ العزل الفوري للعاملين المصابين بأمراض معدية وتخصيص متابعة طبية لهم، مع تمكينهم من أجورهم كاملة في الأشهر الأولى من الإصابة إذا كانت بسبب خارجي، أما إذا كانت بسبب مواد سامة أو ملوثات داخل المصانع فعلى الشركة التكفل التام بمصاريف العلاج مع التمكين من الأجر والتعويض. واستفادة أفراد العائلة الذين تعرضوا لعدوى من نفس العامل؛

✓ تنظيم حملات تحسيسية وتوعوية دورية لاسيما حول التصريح بالمرض أو العدوى فور اكتشافه، قصد حصره وليس التكتم عنه خوفا من التسريح أو الإنقاص من الراتب الناتج عن التغييرات؛

✓ تفضيل صحة العاملين على الأرباح والصفقات المربحة والعروض المغرية، كما فعلت شركة الاتصالات السويدية إريكسون في إطار مسؤوليتها الاجتماعية عندما اختارت سحب معرضها من النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (GSMA)، حيث لا يمكن ضمان صحة موظفيها المشاركين (PRESS-RELEASE, 2020). وفي هذا الصدد أيضا تقول شركة Orkla: "نحن في Orkla نتحمل مسؤوليتنا تجاه المجتمع على محمل الجد. منع انتشار العدوى له أولوية قصوى، فمنذ أيام بدأنا نحث جميع موظفينا في مقرنا في أوسلو على العمل من المنزل وأصدرنا نداء مماثلا لموظفي المكاتب في العديد من البلدان الأخرى التي نعمل فيها. كما فرضنا قيودا صارمة على السفر والزيارات. سنقوم بتسليم البضائع المطلوبة وسنفعل ما في وسعنا لمنع انتشار العدوى". وقد وضعت هذه الفقرة في لائحة العمل مما يعني أنها أصبحت تنتهج هذه المبادئ (Orkla, 2020).

3.3 محركات البحث الصحي:

✓ في المجال التكنولوجي يمكن للشركات أن تكلف فرق بحث إجراء بحوث حول اتجاهات المستهلكين للمنتجات والخدمات الصحية، وإجراء محادثات مع العملاء حول كيفية وضع استراتيجية محورية لضمان قيام الشركات بكل ما في وسعها لحماية الصحة العامة وتوفير

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا أنموذجا)

المتطلبات الصحية، والتركيز على الأمراض المعدية من خلال تتبع انتشارها عبر محركات البحث داخل وخارج دولة الشركة المعنية. فمثلا لاحظت بعض فرق البحث زيادة في عمليات البحث حول منتجات أو خدمات معينة. على سبيل المثال: البحث عن أقنعة الوجه أو الكمامات، حيث تساعد هذه النتائج على تقرير توفير المنتج إما عن طريق إنتاجه أو اقتنائه من طرف الشركة التي تجري هذه الدراسات؛

✓ كما وأن هذه العملية تساعد على كشف ورصد المضللين والانتهازيين، ففي إطار اغتنام فرصة فيروس كورونا شهد أحد العملاء زيادة في حركة البحث على المنتجات ذات الصلة بالزك، بقيادة رسالة فيروسية من عالم أمراض مشهور تم مشاركتها على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، مما دفع الناس إلى الاعتقاد بأن هذه المنتجات ستحمي المستخدمين من الفيروس. بعد انتشار الرسالة، باع العميل الكثير من مخزون منتجات الزك في يوم واحد. مما يستدعي بالشركة التي كشفت عن هذه الممارسة متابعة المنتهك بموجب المنافسة غير الشريفة أو انتهاك للبعد الصحي المسؤولية الاجتماعية للشركات.

✓ التعاون مع الجهات الفاعلة في مجال الرصد الصحي، كشركة "الصناعة الجغرافية المكانية" التي نشطت في الكثير من الأزمات والكوارث من خلال تعزيز جهود الإغاثة وإعادة التأهيل؛ وتتبع انتشار الفيروس؛ وتحديث عدد الأشخاص المتضررين باستمرار؛ وتوفير معلومات في الوقت الفعلي.

4.3 الإعلانات الصحية:

✓ أن تقوم الشركة بتقديم إعلاناتها التسويقية تحت شعارات صحية آمنة وغير زائفة، أما عن الشركات العاملة في مجال الإعلان والإعلام، فمن مسؤوليتها الاجتماعية أن تجري الإعلانات غير الربحية المتعلقة بالصحة بصورة مجانية تطوعية، كما فعل الرئيس التنفيذي لشركة Mark Zuckerberg حيث أعلن أن موقع التواصل الاجتماعي Facebook سيسمح لمنظمة الصحة العالمية بنشر إعلانات مجانية على الموقع حول وباء كورونا (Girling, 2020)؛

✓ نعتقد أننا أن موجة كورونا اشتملت حتى الأطفال الذين من الصعب أن يفهموا جيدا، إنهم بحاجة إلى معرفة أن العزلة الذاتية لا تتعلق بالذعر والخوف، بل بالأحرى مسؤولية اجتماعية يجب على الجميع تحملها بجدية. من بين أبسط الطرق لتوضيح هذا هو الرسوم المتحركة والتي يتم مشاركتها على نطاق واسع عبر التلفاز أو وسائل التواصل الاجتماعي، كما فعل

الفنان خوان ديكان. وأنشأت مدينة فيينا شريط فيديو للأطفال من خلال تقديم التوصيات الأساسية، إذ بمقدور الشركات أن تشارك باستمرار في مثل هذا الأمر للحفاظ على الناشئة.

5.3 صندوق التبرع للصحة:

أن تخصص الشركة من أرباحها نسبة معينة لصالح المسائل الصحية، يتم ذكر ذلك ضمن اللوائح الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية لأغراض صحية، وتكوين لجان تتحرى عن الأشخاص ذوي الدخل الضعيف لإعانتهم صحيا، أو تقديم الاقطاعات ومدخرات صندوق الصحة لمستشفيات الأطفال والأمراض الخطيرة والمزمنة. على سبيل المثال أصدرت مؤسسة "بيل" و"ميليندا جيتس" بيانا صحفيا لمحاربة كورونا قالت فيه إنها ستتعهد بتقديم 5 ملايين دولار لمساعدة وكالات الصحة العامة في سياتل في مكافحتها للفيروس. بالإضافة إلى التعهد البالغ 100 مليون دولار لقضايا عالمية بهدف مماثل، إذا كان هذا التعهد قائما على خطة عمل ثابتة في هذا المجال كلما ظهرت أزمات مشابهة، وكانت الشركة ميسورة الحال حينها.

6.3 مدونة السلوك الصحي:

يعرف "فيربر" السلوك الصحي على أنه: "مفهوم جامع لأنماط السلوك والمواقف كلها، القائمة على الصحة والمرض وعلى استخدام الخدمات الطبية" ويشير نولدنر إلى أن المقصود بالسلوك الصحي: "هو كل أنماط السلوك التي تهدف إلى تنمية وتطوير الطاقات الصحية عند الفرد" (بن.غذفة، 2007، صفحة 07). من هنا يتضح بأن الشركات بإمكانها وضع مدونة السلوك الصحي وتكون إما:

✓ مدونات داخلية توجه العاملين إلى كيفية التعامل مع المواقف الصحية وكذا أدبيات الحفاظ على البيئة الداخلية النظيفة والصحية، والعناية في ذلك عناية الرجل الحريص، وليس فقط ببذل عناية الرجل العادي. كما يمكن دمج الجانب الصحي أيضا في مدونات السلوك، أو تلك الصادرة عن الحكومة، فمثلا تحدث مدير معهد العلوم السلوكية بجامعة سنغافورة للإدارة البروفيسور "ديفيد تشان" عن "دليل المسؤولية الاجتماعية" الذي أصدرته السلطات الرومانية بعنوان "ما تفعل ولا تفعل لمنع انتشار الفيروس"، أين شاركت وزارة الداخلية قائمة توصيات للسلوك الاجتماعي المسؤول في منع انتشار فيروس كورونا، يتضمن الدليل ما مجموعه 15 توصية (Chan, 2020, p. 26):

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا أنموذجا)

✓ هذا ويجدر في إطار احترام البعد الصحي تطبيق اللوائح الصحية العالمية لعام 2005 باعتباره مصدرا دوليا، خاصة وأنها أداة قانونية معلقة حتى الآن ويراد تنفيذها، هدفها هو مساعدة الدول للتعاون من أجل إنقاذ حياة السكان والمحافظة على مصادر رزقهم من خطر انتشار الأوبئة على الصعيد الدولي وغيرها من الأمراض الصحية الأخرى، بدأت اللوائح الصحية العالمية مع الأنظمة الصحية الدولية في المؤتمر الدولي للصحة في باريس في عام 1851. وقد أوضحت أوبئة الكوليرا التي اجتاحت أوروبا في عامي 1830 و1847 الحاجة إلى التعاون الدولي في مجال الصحة العامة (منظمة الصحة العالمية، 2016)؛

✓ بالإضافة إلى احترام ما تسنه المنظمات الدولية في هذا الإطار، كما حدث مؤخرا في إطار المحاور الأساسية الأربعة التي حددتها منظمة العمل الدولية للحد من تأثير هذه الأزمة على الأعمال والوظائف وأفراد المجتمع الأكثر ضعفا، تتمثل في المسائل الموجهة لاستجابة الشركات وكذا الحكومات:

- المحور الأول: تحفيز الاقتصاد والتوظيف وقت الأزمات الصحية من خلال (سياسة ميزانية نشطة، سياسة نقدية تصالحية، القروض والدعم المالي لقطاعات الصحة)؛
- المحور الثاني: دعم الأعمال والوظائف والدخل من خلال (توسيع الحماية الاجتماعية للجميع، تطبيق تدابير الاحتفاظ بالوظيفة، منح الأعمال المساعدة ولاسيما المالية كالضرائب)؛
- المحور الثالث: حماية العمال في مكان عملهم من خلال (تعزيز تدابير السلامة والصحة المهنية، تكييف أنماط العمل مثل العمل عن بعد، منع التمييز والاستبعاد، توفير الوصول إلى الخدمات الصحية للجميع، تمديد الوصول إلى العطل المدفوعة)؛
- المحور الرابع: استخدام الحوار الاجتماعي لإيجاد الحلول من خلال (بناء القدرات والمرونة لمنظمات أصحاب العمل والعمال، بناء القدرات الحكومية، تعزيز الحوار الاجتماعي والمفاوضة الجماعية ومؤسسات وإجراءات الحوار الاجتماعي) (ILO, 2020).

7.6 التقرير السنوي للمسؤولية الصحية:

يعد هذا العنصر من أهم مكونات البعد الصحي، والذي يشكل حجية بالنسبة للمؤسسة اتجاه مسؤوليتها الاجتماعية، حيث يتم إعداد تقرير سنوي يتضمن مسار المكونات أعلاه، وبهذا فهو يحدد بشكل منهجي أهم توجهات الشركة في هذا المجال. يفيد هذا التقرير في تقييم المسؤولية الاجتماعية، كما يمثل من جهة أخرى مرجعا تسترشد به باقي الشركات. وهذا من

خلال نشر التقرير في كل من موقع الشركة ومنصة المسؤولية الاجتماعية، مع إرسال نسخة منه إلى الجهات المعنية للاطلاع، كوزارة الصحة التي بدورها تبدي ملاحظاتها وتستعين بالمنظمات الدولية للنشر العالمي، من أجل إيجاد معايير موحدة لحماية الصحة العالمية، ورصد الأوبئة واحتوائها قبل تفشيها. وكون الشركة أخذت على عاتقها المسؤولية الصحية، تصبح ملزمة بإعداد هذا التقرير تجسيدا لشفافيتها والتزامها الفعال.

4. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي تضمنت ضرورة تطوير أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي جاء بها الباحث "كارول" بإضافة البعد الصحي الذي بات أكثر من مُلح، تبين لنا بأن واجب الحفاظ على الصحة من الأمراض والأوبئة يحتاج إلى الكثير من العمل والجدية في أدائه. وهذا ما تفتنت له الشركات بسبب الآثار الوخيمة التي نجمت عن فيروس كورونا، فأصبحت تعي بأنها أبرز عنصر في المجتمع لما لها من قوة تمكنها من اتخاذ كل ما بمقدورها فعله للتصدي لهذه الأزمة. فبدأت مؤخرا معركة النماذج حول طرق تجنب تكرار الأخطاء خاصة على التداعيات الاقتصادية والصحية. غير أنه يبدو جليا أن النمط الذي اعتمده في عمليات التصدي هذه أصبح أقل فاعلية، بحيث ستختفي الالتزامات التي تم التعهد بها رغم أن الخطر لا زال قائما. ولأننا لا نريد أن يكون هذا الاهتمام بالصحة مجرد فكرة ضعيفة تتلاشى فيما النوايا الحسنة بزوال الأزمة، نرى من الضروري إثبات نهج التفكير المستقبلي الذي يجب على جميع الشركات أن تنتبه له. فقد جاء اقتراحنا هذا انطلاقا من أن العالم لا يرغب في التظاهر بالاهتمام، وإنما بدل مجهود حقيقي وواضح، وهذا لن يتأتى خارج إطار منهجي وخطط استباقية تُراعى فيها كل الجوانب والاحتمالات، تأهبا للكوارث وتحسبا للمخاطر الناجمة عنها، مع الإيمان بفكرة أن الصحة قبل كل شيء، كون العالم مشرف على مستقبل مليء بالمخاطر الصحية الناجمة عن الحروب والتقلبات المناخية.

5. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، (عمان، الأردن: دار اليازوري

العلمية للنشر والتوزيع، 2016) ؛

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا أنموذجا)

- طاهر محسن منصور الغالي، و صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، الطبعة الخامسة (عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2016).

• الأطروحات:

- شريفة بن غدفة، السلوك الصحي وعلاقته بنوعية الحياة-دراسة مقارنة بين سكان الريف والمدينة بولاية سطيف، مذكرة ماجستير في علم النفس تخصص علم النفس المرضي الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2007.

• القوانين:

- المرسوم التنفيذي، رقم 20-69، المتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء كورونا (كوفيد 19) ومكافحته، المؤرخ في 21 مارس 2020، الجريدة الرسمية العدد 15، الجزائر.

• مواقع الانترنت:

1.العربية:

- علي ابراهيم أبورمان، (28 02, 2020)، معايير الصحة الجيدة. تاريخ الاسترداد 17 03,

2020، من موقع الصحة والتغذية: <https://www.healthandnutritionmag.com>

- منظمة الصحة العالمية، (20 06, 2016)، ما هي اللوائح الصحية الدولية ولجان

الطوارئ؟. تاريخ الاسترداد 18 03, 2020، من موقع منظمة الصحة العالمية:

[/https://www.who.int/features/qa/39/ar](https://www.who.int/features/qa/39/ar)

2.الأجنبية:

- Chan, D. (2020), Drill into what makes people socially responsible, publier le 03 19, 2020, vue le 03 14, 2020, sur The Straits Times: <https://news.smu.edu.sg/>

- county, C. (2020). Preventing spread of coronavirus a matter of 'social responsibility', publier le 03 13, 2020, vue le 03 17, 2020, sur wink news:

<https://www.winknews.com/2020/03/13/preventing-spread-of-coronavirus-a-matter-of-social-responsibility/>

- Fournier, C. (2020). Pourquoi l'après Covid-19 sera un tournant pour la RSE, 04 21, 2020, vue le 03 17, 2020, Récupéré sur Youmatter:

<https://youmatter.world/fr/covid-19-rse-changement-paradigme/>

- Girling, W. (2020). Coronavirus: a crucial CSR issue, publier le 03 06, 2020, vue le 03 17, 2020, sur cso magazine:

<https://www.csomagazine.com/csr/coronavirus-crucial-csr-issue>

- ILO. (2020). Le COVID-19 et le monde du travail- Réponses politiques nationales, publier le 03 18, 2020, sur Organisation internationale du Travail:

<https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/country-responses/lang--fr/index.htm>

- Orkla. (2020). The coronavirus outbreak and Orkla's social responsibility, publier le 03 13, 2020, vue le 03 18, 2020, sur Orkla:

<https://www.orkla.com/news/the-coronavirus-outbreak-and-orklas-social-responsibility/>

- PRESS RELEASE. (2020). Ericsson se retire du Mobile World Congress 2020 de Barcelone, publier le 02 07, 2020, vue le 03 17, 2020, sur ericsson:

<https://www.ericsson.com/fr/press-releases/3/2020/ericsson-se-retire-du-mobile-world-congress-2020-de-barcelone>

6. الملاحق:

الشكل 01: "هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية للشركات"

تطوير نموذج هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات استجابة للمتطلبات الصحية (أزمة كورونا نموذجاً)



الشكل 02: "موقع المسؤولية الصحية من بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات"



الشكل 03: "هرم Corona للمسؤولية الاجتماعية للشركات"

