



مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة

Journal of International Economy
&
Globalization



واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية
- شركة Microsoft أنموذجا -

**The Reality of the Practice of Social Responsibility
in International Companies Microsoft Corporation Model**

د. جمعة خير الدين*، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

د. أحلام دريدي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

د. صبرينة خليل، جامعة علي لوئيسي، البليدة، الجزائر.

تاريخ الإرسال: 2019/01/04	تاريخ القبول: 2019/02/15	تاريخ النشر: 2019/03/01
الملخص		
<p>تهدف الدراسة إلى بيان واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية (شركة Microsoft نموذجاً) من خلال توضيح مختلف المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وأبعادها ومعرفة أهم المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها شركة Microsoft، وقد توصلت الدراسة إلى أن شركة Microsoft تلتزم بالعمل الدائم على الوفاء بمسؤولياتها نحو المجتمعات من جميع أنحاء العالم كما تقوم بعدة مبادرات في إطار ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية مثل Hooray for Giving و Youth Spark، كما تقترح الدراسة ضرورة تقديم المؤسسات خدمات ومبادرات ذات قيمة للمجتمع إضافة لأهدافها الاقتصادية.</p>		
Abstract		Keywords
<p>The study aims to demonstrate the reality of the practice of social responsibility in the global companies (Microsoft model) by clarifying the various concepts of social responsibility and dimensions and knowledge of the most important initiatives on social responsibility by Microsoft, and the study concluded that Microsoft is committed to work continuously to fulfill its responsibilities Towards societies from all over the world as well as several initiatives in the exercise of social responsibility such as Hooray for Giving and Spark Youth. The study also suggests the need for institutions to provide services and initiatives of value to society in addition to their economic objectives.</p>		<p>Social Responsibility; Social Responsibility Dimensions; Microsoft Corporation.</p>

*المؤلف المرسل: جمعة خير الدين، الإيميل: djemaa.kheireddine@univ-biskra.dz

1. مقدمة:

بعد تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم، والتي كانت الشركات الدولية السبب في ظهور بعض منها، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسؤولياتها وتصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها، ومع التطور الكبير والسريع في المجالات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والانسانية والتحديات المعاصرة ظهرت مفاهيم إدارية جديدة لتواكب هذه التطورات، ومن هذه المفاهيم مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث ظهر منذ أكثر من ثلاثة عقود ماضية واستمر في التطور، وقد بدأت ارهاصات المفهوم بدفع من المنظمات غير الحكومية كردة فعل للممارسات غير الأخلاقية لبعض الشركات، ردود الفعل هذه استطاعت ومع مرور الوقت أن تصل إلى الشركات والمنظمات الدولية، والنقابات الصناعية، والحكومات، وأن تشكل ضغطاً مستمراً وتحشد الرأي العام العالمي لدعوة المنظمات لأداء مسؤوليتها الاجتماعية.

يكتسب الدور الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية أهمية متزايدة بعد تخلي العديد من الحكومات عن جانب من أدوارها الاقتصادية و الخدمية، حيث تسعى العديد من الشركات إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع و التحديات التي تواجهه، كما أصبح الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية مطلباً أساسياً للمؤسسات من خلال إلتزامها بالحفاظ على البيئة المحيطة بها، و عدم تبديد الموارد و القيام بعمليات التوظيف و التدريب و رفع القدرات البشرية و مساندة الفئات الأكثر إحتياجاً.

تعتبر شركة Microsoft من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت المرتبة الأولى في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة من معهد "Reputation" وهو أحد المؤسسات الاستشارية العالمية والمتخصص في رصد إسهامات المؤسسات، والذي يقوم بتصنيف المؤسسات على مستوى العالم من ناحية إسهاماتها في المسؤولية الاجتماعية.

1. 1. إشكالية الدراسة: انطلاقاً مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيس للدراسة كما يلي:

لماذا ما واقع ممارسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية؟

1. 2. أسئلة الدراسة: ينبثق من الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ وما هي أبعادها؟

- ماهو نطاق المسؤولية الاجتماعية؟

- ماهي المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي قامت بها شركة Microsoft ؟

- 1. 3. فرضيات الدراسة: من خلال التساؤل الرئيس للدراسة يمكننا صياغة الفرضية الرئيسة التالية:

لماذا تمارس الشركات العالمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال القيام بعدة مبادرات.

1. 4. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى بيان واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية (شركة

Microsoft نموذجاً) من خلال:

- توضيح المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

- تحديد نطاق وأبعاد المسؤولية الاجتماعية .

- معرفة المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها شركة Microsoft .

1.5 أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في:

- تعالج أحد المواضيع الراهنة هي المسؤولية الاجتماعية في شركة Microsoft.

- اعتبار المسؤولية الاجتماعية عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها بالمجتمع، والتي من شأنها تحقيق عدة مزايا سواء بالنسبة للمؤسسة أو المجتمع، وكذلك بالنسبة للدولة.

- تبيان المبادرات التي تقوم بها شركة Microsoft فيما يخص المسؤولية الاجتماعية.

1.6 منهج الدراسة: للإجابة على الإشكالية تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك للإلمام بمختلف المفاهيم

النظرية للموضوع، مع دراسة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية (شركة Microsoft) .

1.7 محاور الدراسة: بغية الإجابة على تساؤل الدراسة، ارتأينا تناول الدراسة ضمن محورين :

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية.

المحور الثاني: واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في شركة Microsoft

2. مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية

1.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية:

شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركة تغيرات جوهرية على مر الزمن ولا يزال يتطور مع تقدم المجتمع وتطور توقعاته، إذ لا يوجد تعريف يحظى بقبول عالمي، كما لا يوجد توافق في الآراء بشأن قائمة نهائية للقضايا التي يشملها، من أهم هذه التعاريف مايلي:

- يعرفها Druker هي: "إلتزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" (طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2008، ص49).

- كما عرفتها المنظمة العالمية للمعايرة المسؤولية الاجتماعية بأنها " تحمل المؤسسة المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة(صالح الحموري، رولا المعايطه، 2015، ص17) ، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، إحترام القوانين والأدوات الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمنظمة" (نشرة صادرة عن المنظمة العالمية للمعايرة، ص8) .

- أما Robbins يعرفها "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تستند إلى إعتبرات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل إلتزامات بعيدة الأمد تفي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع" (عبد الله بن منصور، 2008، ص241).

- تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها "تعهد والتزام متخذي القرار في القيام بالأفعال التي من شأنها أن تحافظ على ثروة المجتمع وتطورها، مع تحقيق فائدتها الذاتية في نفس الوقت. فهذا يعني بأن المسؤولية الاجتماعية تتمثل بتحقيق

أفضل مستوى من البناء لنوعية الحياة ولعامرة أفراد المجتمع، فهي تعني التنسيق بين أعمال المنظمة وفائدتها الذاتية وما يطلبه المجتمع منها" (الراحلة عبد الرزاق سالم ، 2011، ص 65).

- عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أنها: "إلتزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التنمية ويخدم التجارة في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المنظمة" (بومدين بروال، 2011).

2.2 المسؤولية الاجتماعية في ظل مختلف الأنظمة الاقتصادية .

تختلف الأنظمة في تحديد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات فكل نظام ينظر لها من زاويته الخاصة كما يلي(مراد سكاك، 2011، ص ص 202،201):

1.2.2 النظرة الإسلامية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

في الإسلام المؤسسة شخص معنوي عليها واجب العمل لتحقيق المسؤولية الاجتماعية في الأرض. والإطار الذي يجب أن يحكم عملها هو النظام الاقتصادي الذي وضحه الإسلام من خلال الجوانب التالية:

- المصلحة الشخصية: الهدف منها هو إثراء الحياة وتمكين الإنسان من الاستمتاع بطبيعتها بما يكسبه من عمله وسعيه بالحلال بدون إستغلال للعمال.
 - المنافسة: وسيلة تحقيق المصلحة الشخصية هي العمل، حيث يقرن الكسب بالعمل، مع الإعتراف بالفروق الفردية بين البشر لكل حسب جهده وطاقته.
 - الحرية: فشرط العمل هي الحرية، والعدل هو الطابع الرئيسي في الإسلام ولا منافسة إلا في وجود العدل والحرية.
 - الأخلاق: مبدأ العمل هو مكارم الأخلاق لأن الاقتصاد الإسلامي ملتزم بالتصرفات الأخلاقية وهذا ما يجد من أضرار الحرية.
 - المصلحة الاجتماعية: كضابط للعمل، فمصلحة المجتمع أولى، مما يجد من الحرية الفردية لأن المال في الإسلام هو مال الله والملكية وظيفية تحكمهما ضوابط المجتمع الإسلامي.
 - الإنفاق: كضرورة للعمل للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية سواء للإعمار أو للإثمار أو لتحقيق التكافل الاجتماعي بين البشر والمال لا يذكر في القرآن إلا مقرونا بالإنفاق.
- بهذا فإنه في ظل الاقتصاد الإسلامي يكون على المنشأة تحقيق أهداف اجتماعية بجانب الأهداف الاقتصادية مما يتحقق التوازن.

2.2.2 المسؤولية الاجتماعية في ظل الأنظمة الوضعية:

المؤسسات التي تعمل في ظل نظم اقتصادية وضعية لا تقوم في الغالب بمسؤولياتها الاجتماعية، فالنظام الاشتراكي ينظر إلى دور المؤسسة في زيادة الإنتاج لصالح مصلحة المجتمع مع الحد من المصلحة الفردية وإنعدام الحرية الفردية والمنافسة، والاقتصاد الرأسمالي ينظر لدور المؤسسة على أنها مقصورة على ملاكها وأن هدفها الوحيد هو تحقيق الربح "حيث أنه بتحقيق أقصى ربح سوف تتحقق مصلحة المجتمع" وليس هناك مسؤولية اجتماعية للمؤسسات سوى في تحقيق زيادة الأرباح.

3.2 أنواع المسؤولية الاجتماعية.

هناك العديد من التقسيمات لأنواع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، ولعل من أهمها هو ما أشار إليه أستاذ الإدارة كارول (Carroll) من جامعة جورجيا الأمريكية بقوله أن: "المسؤولية الاجتماعية للمنظمة توجد على شكلين وذلك حسب توجيه برامج المؤسسة، فقد تكون إتجاه عمالها ونطلق عليها المسؤولية الداخلية، وقد تكون موجهة للمجتمع فنسميها المسؤولية الخارجية" وهو ما توضحه كالتالي (فاتن باشا، 2017، ص ص 164، 165):

1.3.2 المسؤولية الاجتماعية الداخلية:

وترتبط هذه المسؤولية بالأفراد والموارد التي يتم إستخدامها والمرتبطة بالأداء المحقق داخل المؤسسة، وأي نشاط من شأنه أن يسهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية حياة العامل، وضمن هذا يمكن حصر مختلف النشاطات التي يمكن أن تقوم بها المنظمة تجاه عمالها وتندرج ضمن مبدأ المسؤولية الاجتماعية:

- وضع تسهيلات أمام العمال من أجل إقتناء السيارات والأجهزة الكهرومنزلية.
- توفير ظروف عمل صحية وتتوفر على عنصر السلامة المهنية.
- بناء مرافق مختلفة لخدمة العمال والإستفادة منها مثل قاعات العلاج والنشاطات الرياضية، ومختلف الدورات التكوينية التي تقدمها المنظمة للعمال في الجانب العملي بالإضافة إلى الجوانب الأخرى خاصة منها البيئية.
- المساهمة في تحسين ظروف عيش العمال وعائلاتهم عن طريق مثلا تسهيل إقتناء مساكن لائقة، إنشاء دور حضانة خاصة بأطفال العمال وتنظيم رحلات لصالحهم في أيام العطل.

ويمكن القول أن المنظمة التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية الداخلية تحظى برضا العمال والنقابات العمالية وكذلك لا تواجه مشاكل مقاومة التغيير.

2.3.2 المسؤولية الاجتماعية الخارجية:

تتم بمختلف الحالات المرتبطة بالمشكلات التي يعاني منها المجتمع والتي تعد جميعا بمثابة مؤثرات سالبة على مدخلات منظمات الأعمال نحو تحقيق أهدافها الاجتماعية والمتمثلة في تذليل المشكلات ومعالجتها والمساهمة في خلق قيم وأنماط إجتماعية إيجابية في المجتمع.

وتعمل منظمات الأعمال من منطلق هذه المسؤولية لتوفير السلع المناسبة وبالكميات والأسعار والمواصفات والجودة اللازمة لرفع مستوى المعيشة، كما أصبحت المنظمات اليوم ذات وعي تجاه تخفيض الملوثات الجوية والصوتية وحساب

الأرباح والخسائر كوسيلة لتقييم الأداء غير الفعال للمنظمات، وكذلك ظهرت أنظمة مختلفة داخل المنظمة مثل نظام التسويق الاجتماعي والذي يتطلب تحقيق أهداف اجتماعية. وبما أن المنظمة نشط في وسط متغير فإنها تؤثر وتتأثر بمختلف عناصر السياسات والإستراتيجيات حتى في خدمة المجتمع.

ولعل أهم أوجه المسؤولية الاجتماعية الخارجية يتجلى في مختلف المشاريع الخيرية التي تتبناها المنظمة مثل بناء المستشفيات والمدارس ودور الأيتام والعجزة أو عن طريق رعايتها لمختلف التظاهرات ثقافية كانت أو إجتماعية أو رياضية، بالإضافة إلى ذلك مختلف المشاريع والبرامج التي تسيطرها المنظمة في إطار حماية البيئة والتقليل من آثار التلوث، ويمكن القول أن المنظمة التي تتبنى مثل هذه المشاريع تلقى قبولا واسعا من طرف الجمهور.

4.2 نطاق المسؤولية الاجتماعية:

تساهم المؤسسات في تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال عدة جوانب أهمها(صالح السحيباني، 2009، ص 7،8):

1.4.2 الجانب الثقافي.

ويندرج تحت هذا الجانب:

- دعم التطور الثقافي والحضاري.
- نشر ثقافة الإلتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع.
- تعزيز الثقافة الوطنية والتاريخية.
- التواصل الثقافي العالمي.

2.4.2 الجانب الاجتماعي.

ويرد في الجانب الاجتماعي ما يلي:

- إحترام الأنظمة والقوانين.
- تعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي.
- مواجهة الكوارث والأزمات.
- دعم الأنشطة الرياضية و الصحية

3.4.2 الجانب البيئي .

ويرد في الجانب البيئي ما يلي:

- الممارسة البيئية الصحيحة فيما يتعلق بالعملية الإنتاجية.
- تطوير بيئة العمل.
- الإلتزام البيئي على المستوى المحلي والعالمي الإيزو 14000.

4.4.2 الجانب الإقتصادي.

أما الجانب الإقتصادي فيرد فيه ما يلي:

- دعم الأنشطة الإقتصادية والإجتماعية.
- الإلتزام بالجانب الأخلاقي في الأنشطة الإقتصادية.
- الإهتمام بالموظفين من خلال تدريبهم وتطويرهم والتعامل معهم من خلال مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة.

5.4.2 الجانب القانوني.

ويرد في الجانب القانوني ما يلي:

- إحترام القوانين واللوائح المحلية والوطنية أثناء ممارسة النشاط الإقتصادي.
- مراعاة القوانين والمعايير الدولية.
- الشفافية في نشر اللوائح للإطلاع عليها من قبل جميع الموظفين والجهات القانونية الأخرى.

5.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

سعى العديد من الكتاب والباحثين لمحاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، وقد حدد Carroll أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وتمثلت فيما يلي (محمد فلاق، سميرة أحلام حدو، 2016، ص ص 271، 270):

1.5.2 البعد الإقتصادي: تقضي استخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج المؤسسات سلعا وخدمات بجودة عالية، كما يقضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، ويجب أن تكون المنظمة نافعة ومجدية إقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين (صديق زكريا، بن جيمة عمر، 2017، ص 157).

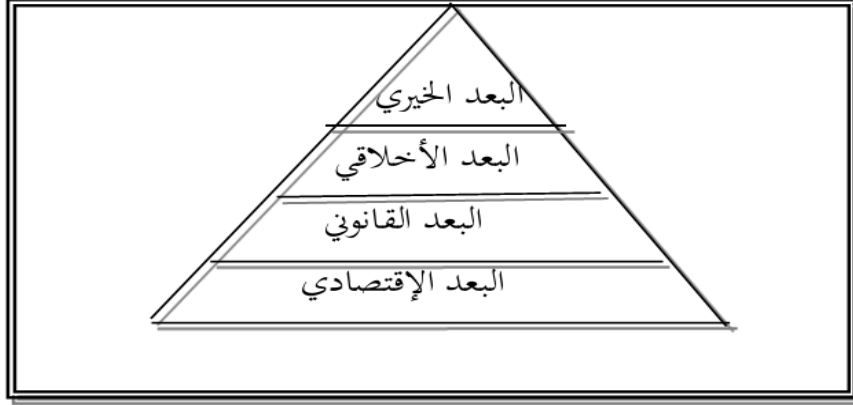
2.5.2 البعد القانوني: يقتضي هذا البعد الإلتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك، حماية البيئة عن طريق منع التلوث، كما يقتضي هذا البعد تحقيق السلامة والعدالة، سواء عن طريق التقليل من إصابات العمل أو تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين وصغار السن.

3.5.2 البعد الأخلاقي: يستند هذا البعد إلى تحقيق الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، وعلى هذه الأخيرة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه (محمد فلاق، 2014، ص 29).

4.5.2 البعد الخيري (التطوعي): وهي المنافع والمزايا التي يرغب المجتمع الحصول عليها من المؤسسة كالدعم المقدم لمشاريع المجتمع المحلي والأنشطة الخيرية... إلخ (ضيافي نوال، 2010، ص 30)، هذا البعد يرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام.

والشكل الموالي يمثل نموذج مخطط متدرج لمسؤوليات الشركة والذي يتحرك ابتداء من المسؤولية الاقتصادية باتجاه المسؤولية القانونية مروراً بالمسؤولية الأخلاقية والتي تعبر عن التوجه الاجتماعي وانتهاءً بمسؤوليات المؤسسة الخيرية.

شكل رقم (01): هرم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.



المصدر: شاكر جار الله الخشالي، عباس سالم الرواشدة، أثر أنواع الثقافة التنظيمية في تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية للشركات، دراسة ميدانية في الشركات الأردنية، مجلة أردنية- الأداء- العدد 121، الأردن، 2010، ص 20.

وتعتبر المسؤولية الاقتصادية والقانونية في هذا النموذج من المطالب الأساسية للمجتمع والتي يجب تليتها من قبل المنظمات، في حين تمثل المسؤولية الأخلاقية والخيرية توقعات ورغبات المجتمع والتي يجب أن تتبناها المؤسسات. ويعكس الوضع المتسلسل لهذه المسؤوليات طبيعة ترابط بعضها ببعض الآخر، إذ لا يمكن للمؤسسة أن تتحمل مسؤولية الأنشطة الخيرية قبل تحملها المسؤولية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية تجاه المجتمع. كما يجب التنويه إلى تعدد الأطراف التي لها مصلحة مع المؤسسة، لذا فهي تختلف في نظرتها لأهمية المسؤوليات حيث يهتم المساهمون بالمسؤولية الاقتصادية، في حين يعطي العملاء أهمية أكبر للمسؤولية الأخلاقية، أما العاملون فيركزون على المسؤولية القانونية، فيما يهتم المجتمع المحلي بالمسؤولية الخيرية (شاكر جار الله الخشالي، عباس سالم الرواشدة، 2010، ص 21).

6.2 استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية:

من خلال الأبعاد التي طرحها Carroll نجد أربع إستراتيجيات للمسؤولية الاجتماعية تتبعها المؤسسات الاقتصادية وتمثل في (طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2007، ص 92):

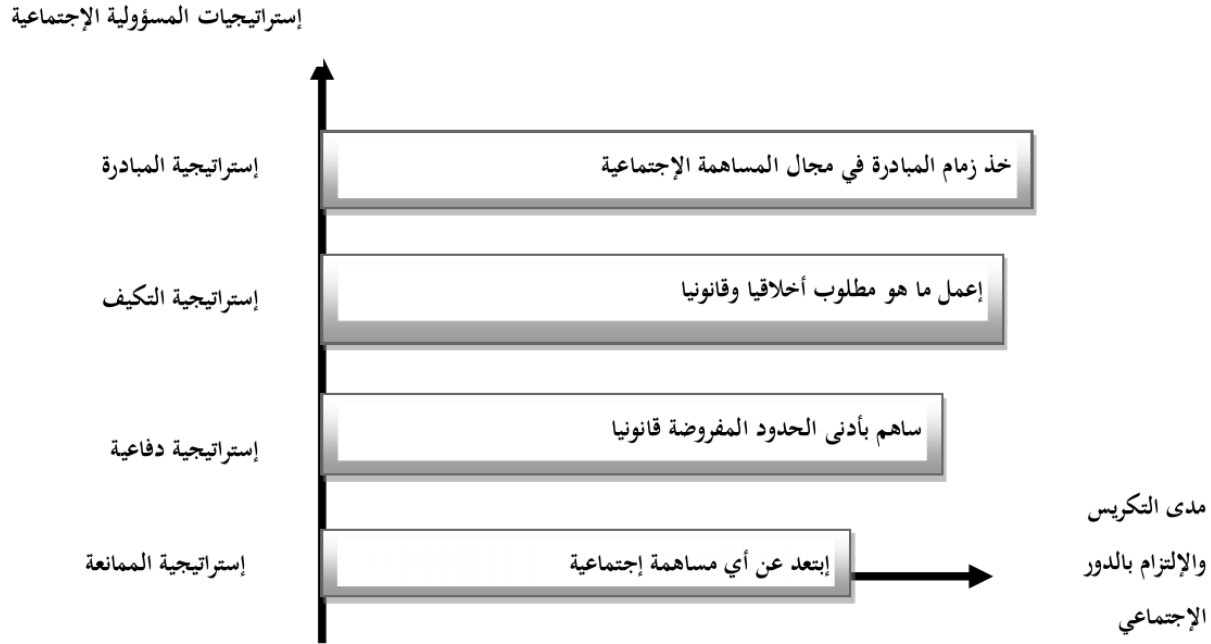
1.6.2 الإستراتيجية الاستباقية (التطوعية): هي أن تأخذ المؤسسة القيادة في مجال المبادرة الاجتماعية للإيفاء بمستلزمات المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية.

2.6.2 الإستراتيجية التكميلية: هي أن تعمل المؤسسة وفق الحد الأدنى المقبول والمطلوب للإيفاء بالمتطلبات والمسؤوليات الاقتصادية والأخلاقية والقانونية.

3.6.2 الإستراتيجية الدفاعية: وهي أن تعمل المؤسسة وفق الحد الأدنى المقبول والمطلوب للإيفاء بالمتطلبات والمسؤوليات الاقتصادية والاجتماعية.

4.6.2 الإستراتيجية الممانعة (التعويقية): هي قيام المؤسسة بحاربة الطلبات الإجتماعية. ويمكن أن تصور ما تقدم من أفكار في المخطط التالي:

الشكل رقم (02): تدرج الدور الإجتماعي للمؤسسة.



المصدر: صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، 2007، ص94.

3. واقع ممارسة المسؤولية الإجتماعية في شركة Microsoft.

1.3 نبذة عن شركة Microsoft:

Microsoft هي إختصار لـ Micro Computer Soft Ware، تأسست في 04 أبريل 1975 في Albuquerque بالولايات المتحدة الأمريكية، من قبل Bill Gates و Paul Allen ثم انضم إليهم Steve Ballmer في سنة 1980 والذي تولى إدارة الشركة ابتداء من 14 / 01 / 2000 . شركة مايكروسوفت شركة متعددة الجنسيات تعمل في مجال تقنيات الحاسوب، بلغ عائدها لسنة 2016 أكثر من 85 مليار دولار، ويعمل بها 114,000 موظف (2016) وهي أكبر مصنع للبرمجيات في العالم من ناحية العائدات اعتبارا من عام 2016 تطور وتصنع وترخص مدى واسعا من البرمجيات للأجهزة الحاسوبية ويقع المقر الرئيسي للشركة في ضاحية ريدمونت، سياتل، بولاية واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية . عند تأسيس شركة مايكروسوفت، اتخذ كل من بيل غيتس وبول ألين من مدينة ألبوكيرك في ولاية نيو مكسيكو مقرا للشركة ومن ثم انتقلت الشركة إلى موقعها الحالي. تجدر الإشارة أن بيل غيتس وبول ألين هما المؤسسين والملاك لهذه الشركة قبل أن تصبح من الشركات العامة والمتداولة في أسواق الأسهم (<https://ar.wikipedia.org/>) .

2.3 المسؤولية الاجتماعية لشركة Microsoft:

تعتبر شركة مايكروسوفت من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت المرتبة الأولى في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة من معهد "Reputation" وهو أحد المؤسسات الاستشارية العالمية والمتخصص في رصد إسهامات المؤسسات، والذي يقوم بتصنيف المؤسسات على مستوى العالم من ناحية إسهاماتها في المسؤولية الاجتماعية.

تحت شعار " تأثير حقيقي من أجل غد أفضل " تلتزم مايكروسوفت بالعمل الدائم على الوفاء بمسؤولياتها العامة والتي تخدم احتياجات الناس في المجتمعات من جميع أنحاء العالم.

مع تزايد نمو الشركة وسعت مايكروسوفت هذا الالتزام إلى ما هو أبعد من المنتجات والخدمات الخاصة بها، من خلال العديد من المبادرات والتشبيك مع الشركاء، بما في ذلك الحكومات، والمنظمات غير الربحية وغيرها من المنظمات. من أهم هذه المبادرات ما يلي (<http://blog.naseej.com/2013/12/03/corporate-social-responsibility>):

1.2.3 مبادرة Hooray for Giving:

العطاء والمنح متأصل في ثقافة مايكروسوفت. تعمل مايكروسوفت على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، وإتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، واستخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي. عندما بدأ برنامج المنح في عام 1983، شارك ما يقرب من 200 موظف في مايكروسوفت في تجميع 17,000 دولار للمؤسسات غير الربحية. اليوم، يشارك أكثر من 35,000 موظف في الحملة، وهو ما يقرب من 65% من إجمالي القوى العاملة الأمريكية في مايكروسوفت.

بلغت قيمة تبرعات المنظمات خلال 30 حملة تم إطلاقها منذ عام 1983 حوالي 1 مليار دولار والتي صبت في أكثر من 31,000 من المنظمات غير الربحية في جميع أنحاء العالم.

2.2.3 مبادرة Microsoft Youth Spark:

يواجه الشباب اليوم فجوة في الفرص المتاحة أمامهم. فجوة بين أولئك الذين لديهم إمكانية الوصول إلى المهارات والتدريب التي يحتاجونها للنجاح في التقاط الفرص، وأولئك الذين لا يفعلون ذلك. في وجود أكثر من 75 مليون من الشباب العاطلين عن العمل في جميع أنحاء العالم، ترى مايكروسوفت أن عليها القيام بمسئوليتها الاجتماعية لملا هذه الفجوة من أجل تأمين مستقبل هؤلاء الشباب، والدفع قدما بالاقتصاد العالمي.

أعلن الرئيس التنفيذي لشركة مايكروسوفت "ستيف بالمر" عن مبادرة Microsoft YouthSpark ، وهي مبادرة عالمية تهدف لخلق الفرص أمام 300 مليون شاب حول العالم على مدى ثلاث سنوات. من خلال 30 برنامجا وشراكات مع 186 من المنظمات غير الربحية التي تخدم الشباب، في العام الأول وحده Microsoft YouthSpark خلقت فرصا جديدة لأكثر من 103 مليون من الشباب في أكثر من 100 بلدا في جميع أنحاء العالم. ترى مايكروسوفت أن هناك الكثير لا يزال عليها القيام به، فمن خلال رؤيتهم لما يحدث فقد توصلوا إلى قناعة بأن الشباب عندما يأخذ

زمام المبادرة لا يحدث التغيير فقط في حياتهم ولكن يمتد ليشمل حياة الآخرين من حولهم، مما يجعل لهم تأثير حقيقي في مجتمعاتهم المحلية وعلى المستوى العالمي.

توفر مبادرة Microsoft YouthSpark العديد من الخدمات من بينها:

- منح الشباب، موقع دولي مخصص للمنع فائقة الصغر والذي يعمل على جمع المنح والمساهمات للمؤسسات غير الربحية التي تعمل على قضايا الشباب في أنحاء العالم
- محور مركزي لمبادرة YouthSpark وهو مساحة على الإنترنت يمكن من خلالها للجميع الوصول إلى جميع الخدمات والبرامج والموارد المقدمة للشباب والتي توفرها مايكروسوفت وشركائها من المنظمات غير الربحية.
- مبادرة مايكروسوفت الخيرية: وهي مجتمع دولي على الإنترنت يمكن الشباب من التعاون، والابتكار ودعم بعضهم البعض في استخدام التكنولوجيا لتحقيق الفارق لمجتمعاتهم.
- تتجاوز مبادرة YouthSpark أفكار المنح والمساهمات التقليدية حيث تضم مجموعة واسعة من البرامج العالمية التي تدعم الشباب بإمكانيات الوصول للتكنولوجيا، والحصول على تعليم أفضل وإلهام الشباب لتخيل الفرص التي يمكنها أن تطلق كامل قدراتهم.

3.3 مساهمة Microsoft في مصر:

ساهمت مايكروسوفت على المستوى المحلي في مصر خلال سنة 2012 بما يقرب من 2 مليون دولار كأموال سائلة وتبرعات لدعم التنمية المحلية، وقامت الشركة عبر برامج المواطنة بالاستثمار في دعم فرص التدريب والحصول على فرص العمل للشباب المصري، وقدمت التدريب لأكثر من 25 ألف شاب كما أطلقت بوابة MasrWorks أول مركز إلكتروني للتدريب وموارد التوظيف في مصر، ووفرت فرصة الوصول إلى التكنولوجيا لمئات المواطنين في المناطق المحرومة من خلال حملة Get Online حيث قامت بتدريب أكثر من 1200 مدرب بهدف الوصول إلى 30 ألف متدرب، وبالإضافة إلى ذلك قامت حملة Connect Sinai بالمساعدة في معالجة قضايا التنمية الاجتماعية والاقتصادية في منطقة سيناء الحيوية.

قال خالد عبد القادر مدير عام مايكروسوفت مصر ان الشركة تلتزم بخدمة المجتمع في مصر، وتشارك في العديد من البرامج والمبادرات التي تستهدف تنمية المجتمع في العديد من المجالات بما في ذلك دعم الشباب وتوفير التدريب من أجل تحسين فرص الحصول على عمل، وتدعيم منظمات المجتمع المدني وغيرها، ونتيجة للإنجازات الكبيرة التي حققتها الشركة في هذا المجال خلال الشهور الماضية تم اختيار مصر واحدة من بين 27 عضوا على مستوى العالم للمشاركة في منافسات Global 2012 Microsoft Next بعد أن تمكنت الشركة من تحقيق 99% من حملات التوعية الداخلية، والاندماج في كافة حملات التسويق، وتحقيق درجة عالية من النجاح في أربعة مبادرات أساسية موجهة للشباب، ومبادرة أخرى موجهة لتدعيم المنظمات غير الحكومية.

خلال الشهور الماضية تفاعلت الشركة مع المنظمات غير الحكومية، وكان التركيز على دعم استخدام التكنولوجيا الحديثة من مايكروسوفت خاصة المنتجات المرتبطة بتكنولوجيا السحابة، وبرامج إدارة علاقات العملاء CRM، وقد تجاوز عدد المنح المقدمة لهذه المنظمات الرقم المستهدف بنسبة 294% بما يعادل أكثر من مليون و 400 ألف دولار، مع عقد مجموعة من المؤتمرات الخاصة وتقديم الاستشارات التطوعية لمساعدة المنظمات غير الحكومية على الاستجابة الايجابية للمشاكل التي يواجهونها أثناء العمل وذلك باستخدام تكنولوجيا مايكروسوفت.

وضمن جهودها لخدمة المجتمع تركزت معظم أنشطة حملة Business Practice Responsible من مايكروسوفت على دعم مبادرة الأمن الإلكتروني التي أطلقتها وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على مستوى مصر، حيث وصلت إلى 18000 مستهلك، و1000 شاب من مدرّبي مراكز التكنولوجيا، و2000 شاب بالإضافة إلى 1200 من خبراء تكنولوجيا المعلومات.

على المستوى العالمي قامت مايكروسوفت سبتمبر الماضي قامت بإعادة توجيه معظم الجهود الخاصة بخدمة المجتمع في الشركة إلى قطاع الشباب ، مع إطلاق مبادرة Microsoft YouthSpark وهي مبادرة على مستوى المؤسسة تهدف إلى ربط 300 مليون شاب بفرص التعلم والتوظيف وبناء الأعمال الخاصة بالتعاون مع الحكومات والمؤسسات غير الحكومية والشركات الأخرى بهدف تضيق الفجوة في الفرص المتاحة أمام الشباب بين المالكين للمكانة الوصول لتكنولوجيا والمهارات وبين الذين لا يملكونها (<https://alborsanews.com>).

4. الخلاصة:

من خلال دراسة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية (شركة Microsoft نموذجا) توصلنا إلى النتائج التالية:

- يعتبر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية من أهم معايير نجاح الشركات العالمية.
- تعتبر شركة Microsoft من أهم الشركات التي تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم.
- تلتزم شركة Microsoft بالعمل الدائم على الوفاء بمسئولياتها نحو المجتمعات من جميع أنحاء العالم.
- قيام شركة Microsoft بعدة مبادرات في إطار ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية مثل **Hooray for Giving**

و Youth Spark .

- التوصيات: نقترح التوصيات التالية:

- يجب على كل أنواع الشركات تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة تقديم المؤسسات خدمات ومبادرات ذات قيمة للمجتمع إضافة لأهدافها الاقتصادية.
- يجب على المؤسسات الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بكافة أبعادها على غرار شركة Microsoft .
- ضرورة قيام المؤسسات بخدمات للمجتمع حتى ولو كانت بسيطة.

5. المراجع:

- 1) الرحاحلة عبد الرزاق سالم، (2011)، المسؤولية الاجتماعية، دار الإعصار العلمي للنشر، الأردن.
- 2) [المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية في سياق عالمي، مدونة نسيج، موقع انترنت: http://blog.naseej.com/2013/12/03/corporate-social-responsibility](http://blog.naseej.com/2013/12/03/corporate-social-responsibility) [2019/02/02] 21:15.
- 3) بومدين بروال، (2011)، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات، الملتقى حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، 18 و19 ماي 2011، جامعة سعد دحلب، البليدة.
- 4) شاكر جار الله الخشالي، عباس سالم الرواشدة، (2010)، أثر أنواع الثقافة التنظيمية في تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية للشركات، دراسة ميدانية في الشركات الأردنية، مجلة أردنية- الأداء- العدد 121، الأردن.
- 5) صالح الحموري، رولا المعاينة، (2015)، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات: من الألف إلى الياء، الموجة الرابعة للإدارة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 6) صالح السحيباني، (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، حالة تطبيقية على المملكة السعودية، الملتقى الدولي حول القطاع الخاص في التنمية تقييماً وإشرافاً، مارس 2009، لبنان.
- 7) صديق زكريا، بن جيمة عمر، (2017)، المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص و دورها في تحقيق الأمن الاقتصادي بالجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة طاهري محمد بشار، المجلد 03، (02).
- 8) ضيائي نوال، (2010/2009)، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و الموارد البشرية، مذكرة ماجستير في تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010/2009، ص 30.
- 9) طاهر محسن الغالي، صالح مهدي محسن العامري، (2008)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الأردن.
- 10) طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، (2007)، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
- 11) عبد الله بن منصور، (2008)، إشكالية العلاقة بين الاقتصاد والأخلاق، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير، جامعة تلمسان.
- 12) فاتن باشا، (2017/2016)، اتجاه القادة الإداريين نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات - دراسة حالة مجمع سونلغاز بسكرة-، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر.
- 13) مايكروسوفت " تفوز بالمركز الأول عالمياً في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، موقع انترنت: <https://alborsanews.com> [2019/02/03] 22:44.
- 14) محمد فلاق، (2014/2013)، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة مستدامة في منظمات الأعمال - دراسة ميدانية في المؤسسات الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر.
- 15) محمد فلاق، سميرة أحلام حدو، (2016)، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بين الممارسة التسويقية و الضرورة الاستراتيجية - دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، جامعة بسكرة، (20)، ديسمبر 2016.

- 16) مراد سكاك، (2011)، تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية سطيف، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، (4)، ص ص (195-220).
- 17) موسوعة ويكيبيديا، موقع انترنت: <https://ar.wikipedia.org/>، [2019/02/09]، 21:11.
- 18) نشرة صادرة عن المنظمة العالمية للمعايرة، المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية إيزو 26000 حول المسؤولية الاجتماعية.