

The reality of the application of social responsibility among the companies of the Saudi telecom sector during the Corona pandemic (Covid-19)

Ms. Fawziah Rashed Alotibi*, Dr. Samia Ayed Aljaeed

Faculty of Administrative and Financial Sciences | Taif University | Kingdom of Saudi Arabia

Received:
05/12/2023

Revised:
16/12/2023

Accepted:
11/02/2024

Published:
30/04/2024

* Corresponding author:
fawziah.alotibi@gmail.com

Citation: Alotibi, F. R., & Aljaeed, S. A. (2024). The reality of the application of social responsibility among the companies of the Saudi telecom sector during the Corona pandemic (Covid-19). *Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences*, 8(55), 34 – 54.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.F051223>

2024 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract: The Kingdom of Saudi Arabia's Vision 2030 aims to pay widespread attention to the issue of social responsibility and its effective role in sustainable development, as it is the first line of defense against any danger threatening the individual or society. From this standpoint came the idea of research. Which aims to discover the reality of implementing social responsibility among companies in the Saudi telecommunications sector during the Corona pandemic, and to know the extent to which companies are aware of the importance of their social responsibility, especially in times of crisis. The descriptive analytical approach was relied upon, with the use of a questionnaire as a tool for collecting data from members of the research sample. This research was applied to a sample of employees working in the Saudi Telecommunications sector in the city of Mecca, and the sample size is (72) employees. . The research reached a set of results, the most prominent of which are: a high degree of implementation and commitment from Saudi telecom companies in the Holy City of Mecca to their social responsibility during the Corona pandemic towards their employees and towards society and the state. The research reached a set of recommendations, most notably: the necessity of establishing an infrastructure for social responsibility, and developing strategies and action plans in times of crises. Preparing a legislative system to enhance companies' social responsibility.

Keywords: Social Responsibility, pandemic, Covid-19, Saudi telecom companies

واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا (Covid-19)

الباحثة/ فوزيه راشد العتيبي*, الدكتورة/ سامية عايض الجعيد

كلية العلوم الإدارية والمالية | جامعة الطائف | المملكة العربية السعودية

المستخلص: تهدف رؤية المملكة العربية السعودية 2030 إلى الاهتمام الواسع بموضوع المسؤولية الاجتماعية ودورها الفعال في التنمية المستدامة، حيث تعد خط الدفاع الأول ضد أي خطر يهدد الفرد أو المجتمع. ومن هذا المنطلق جاءت فكرة البحث. الذي يهدف إلى اكتشاف واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا، ومعرفة مدى إدراك الشركات بأهمية مسؤوليتها الاجتماعية خاصة في أوقات الأزمات. وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي مع استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة البحث. حيث طبق هذا البحث على عينة من الموظفين العاملين في قطاع الاتصالات السعودية بمدينة مكة المكرمة، ويبلغ حجم العينة (72) موظفاً. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها: وجود درجة تطبيق عالية والتزام من شركات الاتصالات السعودية بمدينة مكة المكرمة بمسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا تجاه موظفيها وكذلك تجاه المجتمع والدولة. كما أوصى البحث بعدد من التوصيات أبرزها: ضرورة تأسيس بنية تحتية للمسؤولية الاجتماعية، ووضع استراتيجيات وخطط عمل وقت الأزمات. وإعداد نظام تشريعي من أجل تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية.

بحث مشروع تخرج لنيل درجة الماجستير للباحثة فوزيه راشد العتيبي، بإشراف ومشاركة الدكتورة سامية الجعيد. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، جائحة، فيروس كورونا، شركات الاتصالات السعودية.

المقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية الدعامة الأساسية في بناء المجتمع وضرورة من ضرورات الحياة لما لها من رسالة اجتماعية هادفة في بناء وتنمية دعائم المجتمع. حيث أصبحت ثقافة المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشركات المتطورة، بما تمثله من منظومة القيم والمبادئ والأخلاقيات والمعايير والممارسات التي تحت على المبادرة والعمل الإيجابي الذي يعود بالنفع على الجميع. وتعتبر المسؤولية الاجتماعية مؤشراً للحكم على مدى تقدم المجتمعات، وتختلف في اتجاهاتها وأشكالها من شركة إلى أخرى، ومن فترة زمنية إلى أخرى؛ وفي عصرنا الحالي لم يعد تقييم أداء الشركات يقتصر على المؤشرات المالية فقط بل صار أكثر شمولية باعتماده على مؤشرات مختلفة من أهمها المعايير الاجتماعية للشركة ومدى مساهمتها تجاه مختلف أصحاب المصالح من مالكيين ومنافسين وعاملين، والمجتمع والبيئة المحيطة.

وعند ظهور الأزمات والتحديات تزداد الحاجة للمسؤولية الاجتماعية، فما يشهده العالم اليوم من تفشي فيروس كورونا ((Covid-19)) الذي طال جميع دول العالم وما نتج عنه من خسائر اقتصادية واجتماعية فادحة، جعل الكثير من الدول والشركات تعيد النظر في مدى أهمية الالتزام بمسؤوليتها تجاه المجتمع، لتساهم في الحد من تفشي المرض، من خلال التثقيف المجتمعي نحو رفع الوعي الصحي لدى المجتمع بخطر هذا الفيروس، وكيفية التعامل معه، واتباع الإجراءات الاحترازية التي تقلل من تفشيه، وبالتالي من الإصابة به.

وكما كان للقطاع الحكومي بالمملكة العربية السعودية دور بارز في مواجهة أزمة كورونا (Covid-19)، كان للقطاع الخاص دور في مواجهة تلك الأزمة وخاصة ما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية، ولعل من أهم مؤسسات القطاع الخاص التي برز دورها خلال هذه الأزمة تلك التي تعمل في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات.

وقد كان ولا يزال لحكومة المملكة العربية السعودية دور فعال في احتوى الأزمة والوقوف بجانب القطاع الخاص، حيث تمثل رؤية المملكة 2030 ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في كافة قطاعات التنمية، لتعزيز مساهمة الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية التي لها أثر على تنمية المجتمع والبيئة والاقتصاد (المنصة الوطنية الموحدة، 2021).

ولقد تناول البحث تحليل واقع المسؤولية الاجتماعية لدى شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)، وشركة اتصالات (Mobily)، وشركة زين السعودية (ZAIN KSA)، خلال جائحة كورونا (Covid-19)، وتسلط الضوء على أهم المبادرات التي قامت بها الشركات وكان لها أثر ملموس على المجتمع.

1.2 مشكلة البحث:

لقد أوقدت أزمة كورونا حس المسؤولية الاجتماعية لدى صناعات القرار وأظهرت الحاجة إلى تكاتف الجميع من أفراد وشركات مع من أجل حماية المجتمع، وتعزيز استقراره ، إذ لا تنمية اجتماعية واقتصادية دون مساهمة الشركات في القطاع الخاص والعام معاً.

ولقد لوحظ استياء العملاء من الخدمات المقدمة من الشركات والمؤسسات خلال جائحة كورونا والتأخر في المعاملات التجارية، والخدمية، والرقمية وغيرها؛ بسبب تزايد الطلب، والخسائر التي تعرضت لها هذه الشركات من جراء فرض إجراءات وقيود من قبل حكوماتها لتطبيق المعايير الصحية التي أعلنتها منظمة الصحة العالمية.

ولقد أغفلت بعض شركات القطاع الخاص مسؤوليتها الاجتماعية وأهمية الدور الذي تؤديه مما ينعكس سلباً على العاملين فيها وعلى عملائها.

وشركات قطاع الاتصالات ليست بمعزل عن تلك المشاكل حيث تزايد الطلب على خدماتها مما أدى إلى ازدحام الشبكات، وانخفاض متوسط سرعة الانترنت : بسبب الاستخدام المكثف للشبكة وزيادة الطلب على التطبيقات والخدمات الترفيهية، والسحابية، والتعلم عن بعد من قبل الطلاب من جميع الفئات العمرية. ولقد أوضحت إحصائيات هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية عن زيادة كبيرة في استهلاك البيانات خلال فترة جائحة كورونا حيث بلغ معدل استهلاك الفرد في المملكة لبيانات الانترنت المتنقل بقدر 600 ميجابايت يومياً قبل أزمة كورونا، وهو ما يعادل ضعف المتوسط العالمي الذي يقدر بـ 200 ميجابايت، فيما زاد هذا الرقم خلال جائحة كورونا ليصل إلى أكثر من 3 أضعاف المتوسط العالمي بعد أن بلغ معدل استهلاك الفرد في المملكة 920 ميجابايت. (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2020)

لذلك يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع مساهمة شركات قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية بمسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا ؟
تنبثق عن الإشكالية الرئيسية؛ الأسئلة الفرعية التالية:

ما هو مفهوم المسؤولية الاجتماعية ؟ وما هي أبعادها؟
ما هي أهمية المسؤولية الاجتماعية ؟
ما هي مؤشرات تقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات ؟
ما هي مبادرات وبرامج شركات قطاع الاتصالات في السعودية خلال جائحة كورونا؟

1.3 أهمية البحث:

1. تنبثق أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي تتناوله، فالمسؤولية الاجتماعية من المواضيع الجديرة بالدراسة في الوقت الحالي، خاصة مع ظهور أزمة كورونا (Covid-19) وما خلفته من أثار اقتصادية واجتماعية وصحية.
2. أهمية دور شركات القطاع الخاص كبوابة حقيقية في التصدي للآزمات والكوارث التي تمر بها المجتمعات والوقوف بجانب الحكومات.
3. قلة الدراسات المعنية ببحث واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات خلال جائحة كورونا (Covid-19) في المملكة العربية السعودية بالنسبة للفئة المستهدفة وهي شركات الاتصالات السعودية.

1.4 أهداف البحث:

- يهدف البحث إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا (Covid-19) بالإضافة إلى أهداف أخرى والمتمثلة فيما يلي :
1. تأصيل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
 2. تسليط الضوء على فيروس كورونا (Covid-19) وما خلفه من أثار اقتصادية واجتماعية خاصة.
 3. التعرف على المبادرات والبرامج التي قدمتها شركات قطاع الاتصالات السعودية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا (Covid-19).
 4. التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الحد من الآثار السلبية للآزمات .

1.5 فرضيات البحث:

- بناء على موضوع البحث واستجابة لمتطلبات تحقيق أهدافه يمكن صياغة الفرضيات التالية:
- الفرضية الأولى: هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19) في مدينة مكة المكرمة.
- الفرضية الثانية: هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة للحد من أثار جائحة فيروس كورونا (Covid-19).

1.6 حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث بشكل أساسي على معرفة واقع تطبيق شركات قطاع الاتصالات السعودية لمسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا (Covid-19).
- الحدود البشرية: الموظفين العاملين في قطاع الاتصالات في مدينة مكة المكرمة.
- الحدود المكانية: شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)، وشركة اتحاد الاتصالات (Mobily)، وشركة زين السعودية (ZAIN).
- الحدود الزمنية: تم انجاز البحث خلال عام 2022.

1.7 مصطلحات البحث:

سنتحدث عن أهم المصطلحات التي لها صلة مباشرة بموضوع البحث.

المسؤولية الاجتماعية:

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام الشركات تجاه المجتمع الذي تعمل بداخله عن طريق تقديم مجموعة من البرامج والأنشطة التي تفيد المجتمع وأفراده والمتمثلة في محاربة الفقر وتقديم أفضل الخدمات الصحية والتعليمية ومكافحة جميع أشكال ومظاهر التلوث البيئي ومحاربة البطالة. (الغالي والعامري، 2008).

جائحة كورونا (Covid-19):

هي سلالة جديدة من الفيروسات سريعة الانتشار والعدوى، والتي لم يسبق التعرض لها من قبل، وهي ذات منشأ حيواني، بمعنى أنها تنتقل بين الحيوانات وبين البشر أيضاً، ولها أشكال متنوعة تتمثل في نزلات البرد، ثم تزداد حدتها لتصل لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية وأيضاً قد تصل إلى الالتهاب الرئوي الحاد. (منظمة الصحة العالمية، 2020).

شركات قطاع الاتصالات:

هي الشركات المزودة لخدمات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وتتمثل في شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)، وشركة اتحاد الاتصالات (Mobily)، وشركة زين السعودية (ZAIN).

2.1 الدراسات السابقة:

توجد العديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات بأبعادها المختلفة وعلاقتها بالمتشابهة والمتعددة، وتناول البحث الحالي أكثر الدراسات السابقة التي لها ارتباط مباشر بموضوع بحثنا الحالي.

- دراسة سفيان خلوفي وكمال شريط (2020) بعنوان: اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن نظم الاستجابة لإدارة المخاطر الوبائية شركة (seegene) الكورية في مواجهة جائحة فيروس كورونا. تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور يقظة الشركات للمسؤولية الاجتماعية في مواجهة المخاطر الوبائية وذلك بتطبيق على شركة (seegene) الكورية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال التطرق إلى الأدبيات النظرية المتعلقة بالموضوع لتحديد المقصود باليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية مع الجو إلى تحليل البيانات والمعطيات من لشركة (seegene) محل الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات اليوم تعمل في بيئة أعمال معقدة جدا تحتاج فيها إلى يقظة إستراتيجية على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي، و الذي تفرضه الظروف الاستثنائية كالأزمات التي تحتاج إلى سرعة في الاستجابة الاجتماعية و تلبية تطلعات المجتمع قبل وأثناء وبعد وقوع الأزمة. وتعد اليقظة في الشركات من أهم العوامل الرئيسية للوصول إلى شركة إستراتيجية تعمل على توفير حالة من الاستقرار والثبات الاقتصادي والاجتماعي وهو ما يعزز المرونة في العمل إضافة إلى التميز والريادة في مجال الأعمال وهو ما عملت به الشركة في استثمارها في تقنيات الكشف والتحليل عن فيروس كورونا في بداية ظهوره المبكرة في الصين. وأوصت الدراسة بضرورة تبني الشركات لإستراتيجية مرنة تدمج عناصر اقتصادية اجتماعية متوقعة وغير متوقعة كالأخطار الوبائية و التي تحتم على الشركات الاستجابة لها بسرعة لتخفيف الأضرار ولاغتنام الفرص التي تظهر فجأة.

- دراسة العينوس (2021) بعنوان: دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من أثار الأوبئة والكوارث الصحية: دراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمسة الكبرى في التخفيف من أثار فيروس كورونا. وهدفت إلى تسليط الضوء على مساهمات الشركات في المسؤولية الاجتماعية للتخفيف من أثار الأوبئة والكوارث الصحية مع التركيز على وباء كورونا المستجد. وذلك بدراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمس الكبرى في إطار مسؤولياتها الاجتماعية في تخفيف الأثار الاقتصادية والاجتماعية لوباء كورونا (Covid19). ويقصد بشركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمسة الكبرى في هذه الدراسة كل من شركة فيسبوك (Facebook)، أمازون (Amazon)، مايكروسوفت (Microsoft)، أبل (Apple)، وشركة غوغل (Google)، والتي أصبحت تتبع الشركة الأم ألفابيت (Alphabet)، وهي شركات تزيد قيمتها السوقية المجتمع عن 4.7 تريليون دولار أمريكي وتؤثر هذه الشركات الخمس تأثيراً كبيراً على الاقتصاد العالمي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم الاعتماد على المقالات العلمية المحكمة ذات العلاقة بالموضوع في الإطار النظري بغرض وصف وتحليل مختلف الجوانب العلمية المتعلقة بالدراسة، وفي الجزء التطبيقي تم الاعتماد على الإحصائيات والأرقام حول مساهمة الشركات محل الدراسة في دعم جهود مواجهة فيروس كورونا (COVID-19) والتخفيف من أثاره و التي توفرها مواقع إلكترونية مختصة. توصلت الدراسة إلى أن لبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات دور في تخفيف أثار الأزمات الصحية وذلك من خلال دعم جهود الموظفين ومنظمات الرعاية الصحية والمحافظة على العلاقات مع الموردين والزبائن. كما تبين أنه تم تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمس الكبرى للتخفيف من أثر فيروس كورونا المستجد من خلال دعم المؤسسات الصغيرة بمساعدات مالية وتدعيم البحوث الرامية إلى إيجاد لقاح لفيروس كورونا (COVID-19) ودعم الرعاية الصحية إضافة إلى دعم غرفة الأخبار وسائل الإعلام وتقديم تبرعات للمنظمات غير الربحية العاملة في مجال مكافحة الفيروس.

- دراسة قمانو بوسعيدة (2021) بعنوان: مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها "أزمة فيروس كورونا (COVID-19) نموذجاً" - تجارب دولية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف

من آثار أزمة فيروس كورونا من خلال عرض تجارب لشركات دولية عالمية (عمالقة التقنية شركة فيسبوك، شركة أفايا، شركة أمازون لخدمات التجارة الإلكترونية، ومجموعة علي بابا، ومجموعة MTC القابضة)، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها دور كبير في إدارة الأزمات والتخفيف من آثارها، وكان وهذا وضوحاً في أزمة كورونا (COVID-19) حيث ساهمت الشركات في التخفيف من آثار الجائحة الاقتصادية والاجتماعية، حيث كان هناك العديد من الشركات الدولية و بدافع مسؤوليتها الاجتماعية قدمت مجموعة من الأنشطة التي ساهمت بشكل كبير في مواجهة الأزمة، وتمثلت هذه الأنشطة والمساعدات أساساً في: المنتجات الطبية، الخدمات الصحية، التبرعات المالية، دعم الشركات المتضررة، دعم الجانب التعليمي.

- دراسة رضا موسى ويوسف شرع (2021) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية كآلية لتجاوز تحديات جائحة كورونا (COVID-19) -عرض تجارب بعض الشركات الدولية-. وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية كآلية لتجاوز تحديات جائحة كورونا وتم عرض بعض تجارب الشركات الدولية (شركة ليغوالدانماركية ، وشركة مايكروسوفت الأمريكية ، وشركة سوني اليابانية) لإعادة النظر في دورها تجاه المجتمع والمساهمة في معالجة التحديات الملحة بحلول مبتكرة لمواجهة الأزمة. وذكر أهم برامج المسؤولية الاجتماعية والحلول المبكرة لمواجهة جائحة فيروس كورونا (Covid19). استخدم المنهج الوصفي التحليلي لإجابة عن تساؤلات الإشكالية والخروج بنتائج يمكن الاستفادة منها لتحقيق الفاعلية المطلوبة، وهذا بالاستعانة بمختلف المصادر العلمية والمواقع الإلكترونية ذات الصلة بمتغيرات الدراسة. وتوصلت الدراسة بان هناك علاقة طردية بين الجائحة العالمية والمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية كلما زادت حدة انتشار الجائحة زادت المسؤولية الاجتماعية وتضاعفت أهميتها، وهو ما يستدعي انخراط الشركات في الحد من الآثار السلبية للجائحة .

2.2 التعقيب على الدراسات السابقة:

تم الاستعانة بدراسات حديثة تحدثت جميعها عن المسؤولية الاجتماعية خلال جائحة كورونا، واستخدمت جميع الدراسات المنهج الوصفي التحليلي. حيث اقتصرت دراسة خلوفي وشريط على اليقظة الإدارية للمسؤولية الاجتماعية لشركة (seegene) الكورية، وعلى جمع البيانات وتحليلها من خلال تقارير الشركة المنشورة. ودراسة العينوس اقتصرت على دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من الآثار الصحية حيث ركزت على متغير واحد، وأهملت جوانب المسؤولية الأخرى التي تقدمها الشركات محل الدراسة. ودراسة قمان وبو سعدية تناولت مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها خلال أزمة كورونا، واقتصرت على عرض لمحة مختصرة عن بعض البرامج التي قدمتها الشركات محل الدراسة ولم تتوسع في البحث وجمع المادة الميدانية. ودراسة موسى وشرع تناولت المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية كآلية لتجاوز تحديات جائحة كورونا، واقتصرت الدراسة في تصنيف تجارب الشركات العالمية للمسؤولية الاجتماعية على المؤشرات الدولية لتحديد ترتيب أفضل الشركات التي تمارس مسؤوليتها الاجتماعية. من خلال استعراض الدراسات السابقة تم التوصل إلى ما يلي:

- تشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة في موضوع البحث وهو المسؤولية الاجتماعية للشركات، وفي منهج الدراسة.
- اقتصرت جميع الدراسات السابقة على عرض تجارب المسؤولية الاجتماعية لدى شركات عالمية كبيرة لها اسمها ومكانتها في السوق، ولم تدرس تجارب شركات مجتمعاتها المحلية أو العربية.
- اقتصرت الدراسات السابقة على مسح المواقع الإلكترونية والتقارير المنشورة في جمع المادة الميدانية ولم تستخدم أدوات البحث الأخرى.
- اختلف البحث الحالي عن الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبانة في جمع المادة الميدانية بالإضافة إلى مسح المواقع الرسمية للشركات محل الدراسة.
- تميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة بأنه البحث الوحيد الذي عرض تجارب شركات عربية سعودية وبين واقع مسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا (Covid-19).

2.3 تعريف المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية Responsibility Societal

المسؤولية لغة: تعني الصفة لمن يتم سؤاله عن موضوع ما وتقع المسؤولية عليه، وهي التزام أخلاقي من قبل الفرد بما يصدر منه من فعل أو قول، ولذلك يجب التزامه بتعديل الأخطاء التي تصدر منه تجاه الغير. (يونس، 1983).

المسؤولية اصطلاحاً: يقصد بها إدراك الشخص ووعيه وبقظة ضميره وأفعاله تجاه واجبه الشخصي نحو المجتمع الذي يعيش فيه. (الدخيل، 2006).

المسؤولية إجرائياً: يقصد بها الأفعال الأخلاقية التي تنشأ من قيام الشركات بواجبها تجاه المجتمع، والمرتبطة بقضايا المجتمع والبيئة المتمثلة في قلة الدخل والتضخم والتلوث البيئي. (جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، 2001).

المسؤولية الاجتماعية: يقصد بها التزام الشركات تجاه المجتمع الذي تعمل بداخله، عن طريق تقديم مجموعة من البرامج والأنشطة التي تفيد المجتمع وأفراده، والمتمثلة في محاربة الفقر وتقديم أفضل الخدمات الصحية ومكافحة جميع أشكال ومظاهر التلوث البيئي ومحاربة البطالة. (الغالي والعامري، 2008).

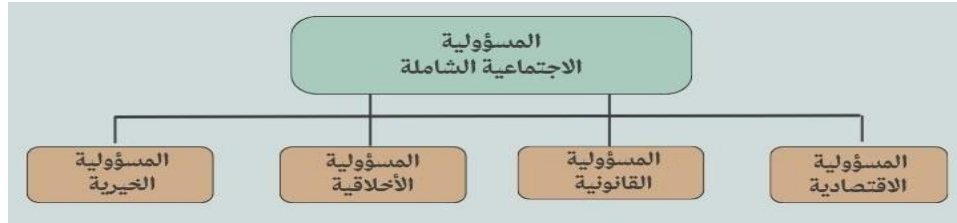
المسؤولية الاجتماعية للشركات: تعني الالتزام التام من قبل الشركات والمنظمات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. (الغالي والعامري، 2008).

كما عرفها Schermerhorn: بأنها الطريقة التي تفرض على شركات الأعمال العمل بها بالشكل الذي يخدم أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين المتعاملين مع الشركة، والتي تربطهم عالقة بها. (Schermerhorn, 2002)

2.4 أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات:

هناك تقارب كبير بين الكتاب والباحثين في تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات حيث قدم Carroll نموذجاً يعد من أكثر النماذج شهرة، والذي يعتمد على أربعة أبعاد رئيسية، يرى أن المسؤولية الاجتماعية هي: مسؤولية اقتصادية، مسؤولية قانونية، مسؤولية أخلاقية، مسؤولية خيرية. كما في الشكل التالي. (Carroll, 1991).

الشكل رقم (1) المسؤولية الاجتماعية الشاملة



المصدر: (يحيوي، 2015)

1. المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها التزام الشركات بتأمين وتوفير السلع والخدمات بتكلفة معقولة ونوعية جيدة، وفي تناول الفرد، وتوفير الأمان للجميع واحترام أنظمة المنافسة مع الآخرين (الحديد والصريرة، 2019).
 2. المسؤولية القانونية: ويقصد بها التزام الشركات بالقوانين والتشريعات عند ممارسته أنشطتها، وكسب احترام وثقة الآخرين من خلال تمسكها بمبادئ حماية البيئة والسلامة المهنية والعدالة وقوانين حماية المستهلك (موسى والشرع، 2021).
 3. المسؤولية الأخلاقية: ويقصد بها التزام الشركات بمساعدة وخدمة المجتمع وتقديم البرامج والأنشطة لمختلف شرائحه، وتشمل الجوانب السلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها. (النسور، 2010)
 4. المسؤولية الإنسانية الخيرية: ويقصد بها التزام الشركات بتقديم المساعدات والمبادرات والبرامج لخدمة المجتمع ومختلف شرائحه من ذوي الإعاقة، ودعم محو الأمية، والمبادرات الصحية وغيرها.
- وعليه تقوم المسؤولية الاجتماعية الشاملة للشركات على الالتزام بجميع المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية، وتسعى الشركات في سبيل تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية إلى تحقيق الربح الأمثل والامتثال للقانون، والانخراط في الممارسات الأخلاقية وينظر إليها على أنها وحدة متكاملة (موسى والشرع، 2021).

2.5 مؤشرات تقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات :

تعد المسؤولية الاجتماعية إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة. وهناك أربعة مؤشرات أساسية، يتم من خلالها معرفة جدوى المسؤولية الاجتماعية (مقدم، 2019).

- 1- مؤشر الأداء الاجتماعي للموظفين بالمؤسسة: ويتضمن كل تكاليف الأداء ماعدا الأجر الأساسي الذي تقدمه الشركة للعاملين فيها، بغض النظر عن نوع أو طبيعة أعمالهم، وتتعهد الشركة بتوفير كل العوامل اللازم لترسيخ وخلق حالة الولاء والانتماء كالاهتمام بالحالة الصحية للموظفين وتدريبهم، وظروفهم الأسرية، ومنح مكافآت، وما إلى ذلك .

- 2- مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: ويتضمن كل تكاليف الأداء الاجتماعي المقدمة من أجل المحافظة على البيئة من الأضرار الناتجة عن الأنشطة الصناعية، وتشمل تكاليف حماية تلوث البيئة البحرية، والمزروعات والأعشاب الطبيعية، وتلوث الهواء، والماء، وغير ذلك.
- 3- مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: ويشمل كل تكاليف الأداء التي تركز على مساهمات الشركات في خدمة المجتمع، وتشمل: المشاركة في برامج التوعية الاجتماعية، وبرامج التعليم والتدريب الاجتماعي، دعم مؤسسات المجتمع المدني، والمبادرات الصحية والعلمية، والمساعدات الخيرية.
- 4- مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: ويتضمن كل التكاليف التي تساهم في خدمة مصالح المستهلكين وتشمل: تكاليف تدريب وتطوير العاملين، وجودة الإنتاج والرقابة، والبحث والتطوير، وضمانات ما بعد البيع، وغيرهم من الخدمات التي تحقق الرضا عن المنتجات والخدمات المقدمة.

2.6 أهمية المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة في تقدم المجتمعات وازدهارها، وتطبيقها من شأنه أن يحقق عدة مزايا بالنسبة للشركة والمجتمع والدولة من أهمها: (قمان وبوسعدية، 2021).

1. بالنسبة للشركة:

تساعد على تعظيم مكانة الشركة وتحسين مكانتها، حيث تبنى سمعة الشركات على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح، بالإضافة إلى مستوى الشفافية التي تتعامل بها المؤسسة ومدى التزامها للاعتبارات البيئية، واهتمامها بالاستثمار البشري. تؤثر المسؤولية الاجتماعية بشكل إيجابي على تحسين بيئة العمل وتطويره؛ مما يؤدي إلى بث روح التعاون والألفة والترابط بين الجميع وبالتالي ينعكس على تحقيق الرضا الوظيفي للموظفين بالشركة وأصحاب المصالح، كما تساعد الشركات على أن تكون أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق.

2. بالنسبة للمجتمع:

تساهم المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الاستقرار والأمان للمجتمع، وسد احتياجاته ومتطلباته الحياتية الضرورية وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع. كما تؤدي إلى الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة الوعي الاجتماعي والثقيف على مستوى الجماعات والأفراد وهذا يساعد في تحقيق الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

3. بالنسبة للدولة:

تبنى الشركات لبرامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية يساعد في تخفيف الأعباء التي تتكبدتها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها التعليمية والاجتماعية والصحية والاقتصادية وغيرها. كما يساعد في خفض نسب البطالة في المجتمع من خلال خلق فرص عمل جديدة، ومن خلال إقامة المشاريع الاجتماعية والاقتصادية ذات الطابع التنموي، وكذلك تعظيم وزيادة عوائد الدولة بسبب ثقافة ووعي الشركات بأهمية المساهمة والمشاركة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية. (توامو سعاد، 2020).

2.7 المسؤولية الاجتماعية للشركات في فترات الأوبئة والكوارث الصحية:

يتضاعف دور المسؤولية الاجتماعية ويزداد أهمية خلال فترات الكوارث والأزمات، حيث يسود الخوف والهلع في أوساط الناس، وتعتبر فترات الأوبئة الصحية العالمية اختباراً حقيقياً لمدى التزام الشركات بمفهوم مسؤوليتها الاجتماعية على أرض الواقع، حيث تظهر خلال هذه الفترات الحاجة لتضافر كافة الجهود لمواجهة الأوبئة وأثارها الصحية والاجتماعية والاقتصادية، فباعتبار أن الكثير من المؤسسات يؤكدون على ضرورة أن تكون لهم أهداف اجتماعية وقيم عليا، وعلى أهمية وضرورة الاهتمام بموظفيهم والأطراف ذات المصلحة الأخرى، فإن هذه الظروف ستكون مناسبة لإبراز مدى جدية التزامهم في هذا المجال، والاختبار الحقيقي لمعرفة درجة تطبيقهم للمسؤولية الاجتماعية. ورغم أن مسؤولية حماية المواطنين تقع على عاتق الحكومات والسلطات العامة، إلا أن انتشار الأوبئة بشكل مفاجئ وغير متوقع قد يضع الحكومات في موقف صعب ويجعلها عاجزة عن توفير الموارد والإمكانية الكافية، وحتى وأن توفرت فإن تدخل الحكومات والسلطات العامة قد يتطلب وقت طويل لتصل المساعدات إلى أكبر عدد من المحتاجين للرعاية الصحية والاقتصادية والاجتماعية مما يجعل الأزمة تطول، وأثارها السلبية تتفاقم.

لكل أزمة مخاطر وفرص، فعلى المؤسسات أن تستغل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل جيد كفرصة خلال الأزمات، حيث أن القرارات المتخذة خلال هذه الظروف ستكون محل إشادة من المجتمعات فترات طويلة بعد انقضاء الأزمة، وتعتبر

تلميحات للجمهور بأن الشركة لديها أهداف تتجاوز البحث عن المكاسب المالية، مما يدعم ثقة المستهلك والمستثمر ويدعم ولاء القوى العاملة.

واجهت شركة الاستشارات الأمريكية (FSG) ركوداً حاداً خلال أزمة 2008 لكنها أبقى موظفيها في أعمالهم واتخذت بعض الإجراءات المدروسة حيث خفضت الرواتب وحافظت على اليد العاملة في انتظار تحسن الأوضاع الاقتصادية، وفضل هذا القرار عالق في الذهن ويتحدث عنه الجميع لأكثر من عقد من الزمن، كما أنه عندما قررت سلسلة متاجر الأدوية الأمريكي (CVC) زيادة الاهتمام بالرعاية الصحية وقررت التوقف عن بيع كل منتجات التبغ مما جعلها تتنازل عن 2 مليار دولار من الإيرادات، وقد كان لهذا القرار تأثير إيجابي كبير على سمعة الشركة لسنوات، وظلت تدرس كنموذج للشركة المسؤولة اجتماعياً في كليات ومعاهد إدارة الأعمال الأمريكية. (العينوس، 2021).

2.8 العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأزمة كورونا (COVID-19)

يمكن الطابع الأساسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات في محاولة تفادي الأزمة أو التخفيف من حدتها، فالشركات التي انتهجت النهج الاقتصادي والاجتماعي تتدخل عند كل كارثة للتقليل من أثارها، ليس هذا فحسب بل إنها تتنبأ بهذه الأزمات قبل حدوثها كي لا تقع من الأساس.

المسؤولية الاجتماعية مطلب مهم في كل الظروف، ومهمة أكثر في الظروف الصعبة كونها تشكل ركناً أساسياً وهاماً 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 ضرورة مبادرة القطاع الخاص (الشركات) لمساندة القطاع العام في التصدي لهذه الأزمة، حيث أتاحت الفرصة للشركات لإظهار مرونتها واستعدادها الجيد لإدارة الأزمات والكوارث من خلال تحمل مسؤوليتها الاجتماعية، والتي تعمل على إثبات المواطنة والمشاركة في حماية المجتمع من خلال حماية الموظفين العاملين بها، وعدم استغلال هذا الوضع لاحتكار السلع والخدمات في الأسواق من أجل تحقيق مكاسب مادية، ومن هذا المنطلق يمكن القول إن العلاقة بين أزمة فيروس كورونا (COVID-19) والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي علاقة طردية، حيث كلما زاد حدة انتشار الفيروس زادت المسؤولية الاجتماعية للشركات، وعلى الرغم من كون هذه العلاقة في كل الأحوال العادية هي علاقة حرب وصراع. (قمانو بو سعية، 2021)

2.9 جائحة كورونا (COVID-19) وتداعياتها الاقتصادية:

1- جائحة كورونا (COVID-19)

منذ إعلان منظمة الصحة العالمية عن مرض فيروس كورونا المستجد (COVID-19) جائحة عالمية سارعت الحكومات في جميع أنحاء العالم لاتخاذ الإجراءات والتدابير اللازمة للحد من انتشاره. تم الإعلان عنه من منظمة الصحة العالمية في 31 ديسمبر 2019، وفي 30 يناير 2020 أعلنت حالة طوارئ عالمية صحية، ليتم بعد ذلك في 11 مارس 2020، الإعلان على أن (COVID-19) جائحة عالمية. (Velavan & Meyer, 2020).

أن اسم (COVID-19) هو الاسم الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية على الفيروس المسبب لمرض الالتهاب الرئوي الحاد والمعروف باسم كورونا، فمنذ بداية ظهوره تسبب في عدة أثار وانعكاسات سلبية في مختلف المجالات، والذي صنفته منظمة الصحة العالمية بأنه جائحة عالمية، ووضعت العديد من الخطط والنصائح للوقاية منه (موسى وشرع، 2021).

2- التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا (COVID-19):

يتميز النظام الاقتصادي العالمي المعاصر بالترابط واختفاء الحواجز والعوائق بين الدول والمجتمعات، الأمر يجعله يتأثر بأي أزمة دولية سواء كانت صحية، أو اقتصادية، أو سياسية، وقد كشفت أزمة كورونا عن حدة تأثير الاقتصاد العالمي بنتائجها. (عرونوس، 2022). حيث شكلت جائحة كورونا (COVID-19) ضغطاً كبيراً على المجتمعات واقتصاد الدول في جميع أنحاء العالم، حيث أودت بحياة أكثر من 5 مليون شخص حول العالم منذ بداية عام 2020، ولا تزال خسائر الأرواح في الارتفاع.

لقد أثرت جائحة كورونا (COVID-19) على الأسواق الاقتصادية والمالية، وواجهت جميع القطاعات تحديات كبيرة ناتجة عن الركود الاقتصادي، فعلى سبيل المثال: شهدت العديد من الشركات في مجال الخدمات والتجارة انخفاضاً حاداً في الإيرادات، فضلاً عن تقلبات الأسواق المالية وتآكلها، وتدهور الائتمان، ومخاوف السيولة وزيادات التدخل الحكومي، وزيادة البطالة، والانخفاضات الواسعة في الإنفاق الاستهلاكي التقديري للمستهلكين، وزيادة مستويات المخزون، وانخفاض الإنتاج بسبب انخفاض الطلب، وتسريح العمال والإجازات، وإعادة الهيكلة، وغيرها، ويمكن أن يؤدي استمرار هذه الظروف إلى تراجع اقتصادي أوسع نطاقاً قد يكون له تأثير سلبي طويل الأجل في النتائج المالية للشركات.

انخفضت الإيرادات النفطية وغير النفطية للسعودية عام 2020 إلى 770 مليار ريال (نحو 205 مليارات دولار). أي في حدود 16% مقارنة بالعام الماضي، بينما ارتفع العجز بنسبة 12% أو نحو 298 مليار ريال (نحو 79 مليار دولار) من الناتج المحلي الإجمالي، كما تراجع النمو بشكل حاد وسجل القطاع الخاص تراجعاً بنحو 10% في المتوسط العام. وفي الصناعات التحويلية والخدمات الاجتماعية والتشييد والمطاعم والفنادق وقطاع التجزئة والاتصالات، كان متوسط التراجع 5% (شيباني وفلاق، 2021).

2.10 دور المملكة العربية السعودية في مواجهة تأثير جائحة كورونا (COVID-19) على القطاع الخاص:

شكلت جائحة كورونا حدثاً عالمياً بتأثيراته المتسارعة على كافة المستويات والأصعدة، حيث عكفت الدول في معالجة أوضاعها بشكل تعطلت معه معظم أنشطة الحياة العامة، ولم تكن المملكة في استثناء من هذه الجائحة، ولكنها واجهت هذه الجائحة باستعداد كبير وتضام بين كافة الجهات، واتخذت تدابير حاسمة لمواجهة الجائحة، والتخفيف من آثارها الاقتصادية، ووضعت على قمة أولوياتها حماية المواطنين والمقيمين فيها، مما كان محل إشادة من الجميع (غرفة الرياض، 2020).

حققت المملكة المرتبة الأولى عالمياً على صعيد "استجابة الحكومة لجائحة كورونا" و" استجابة رواد الأعمال لجائحة كورونا" وفقاً لتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال (GEM) للعام 2020 و 2021.

أدركت المملكة العربية السعودية منذ وقت مبكر أن لجائحة كورونا تداعيات قوية على القطاعات الصحية والاقتصادية والتجارية والصناعية وغيرها في العالم أجمع، حيث دعت المملكة إلى قمة طارئة، إبان رئاستها مجموعة دول العشرين في عام 2020، وذلك لمواجهة تداعيات هذه الجائحة في العالم أجمع، وتوحيد كافة الجهود في سبيل ذلك، وهو الدور الريادي الذي ساهم بشكل واضح في تجنب العالم واقتصاده من تداعيات أكثر عمقاً كانت ستحدث بسبب جائحة كورونا في عامي 2020 و 2021. إدراك المملكة لأهمية مواجهة تداعيات جائحة كورونا انعكس بشكل واضح على مجموعة كبرى من المبادرات الحكومية التي تم تقديمها للقطاع الخاص السعودي؛ وذلك في سبيل مواجهة تداعيات الجائحة وتقليل آثار الإجراءات الاحترازية التي تم اتخاذها من قبل الحكومة، مثل حظر التجول الجزئي أو الكامل، وتقنين حركة السفر، وإغلاق المراكز التجارية، والأندية الرياضية، وغير ذلك من الإجراءات التي تم العمل بها خلال فترة زمنية محددة.

أطلقت الجهات الحكومية مبادرات لتخفيف الآثار المالية والاقتصادية الناجمة عن تداعيات الجائحة، حيث تم إطلاق أكثر من 120 مبادرة، تستهدف الأفراد ومنشآت القطاع الخاص والمستثمرين، وتم الإعلان عن "دليل مبادرات" الذي يعد بمثابة وثيقة تحصر جميع المبادرات التي نفذتها الحكومة لحماية المواطنين ومساندة القطاع الخاص، وبخاصة المنشآت الصغيرة والمتوسطة والأنشطة الاقتصادية الأكثر تأثراً من تبعات الوباء. (البقي، 2022)

ومن أهم الإجراءات التي اتخذتها المملكة العربية السعودية هوتبني حزمة تحفيزية بقيمة 34.4 مليار دولار، وهي تمثل نحو 16.5 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي، لدعم الائتمان والسيولة والقطاع الخاص في مواجهة كورونا، وجرى تحمل 60 في المائة من رواتب موظفي القطاع الخاص. (القحطاني، 2022)

2.11 مساهمة قطاع الاتصالات في التخفيف من آثار جائحة كورونا (COVID-19):

كان لقطاع الاتصالات دور كبير في التعامل مع التحديات الراهنة ومواجهة جائحة كورونا (COVID-19)، والاعتماد على التطبيقات التكنولوجية والتحول الرقمي وتوحيد الإجراءات التي أصبحت من أهم الآليات التي تستخدمها الدول الآن لتحسين مستوى وجودة الخدمات المقدمة، وتبرز مكانة قطاع الاتصالات في تسهيل العديد من الأمور الحياتية في العالم خلال الأزمة الحالية على مستوى الشركات والأفراد وفي كل القطاعات لضمان تقديم الخدمات. يعد قطاع الاتصالات من أهم القطاعات المساهمة في التنمية الشاملة في ظل الأزمة العالمية التي أصابت جميع القطاعات بالشلل التام في كثير من الدول بسبب انتشار فيروس كورونا (COVID-19)، بالإضافة إلى أن العالم أعتد على قطاع التكنولوجيا بشكل أكبر وتنامى دوره سريعاً خلال فترة ما بعد أزمة كورونا. (بساطي وشرقي، 2021)

اتخذت الحكومة السعودية الإجراءات الاحترازية اللازمة للحد من انتشار الفيروس حيث قامت بمجموعة من الإجراءات مثل: تنظيم التجول والتجمعات، تعليق الدراسة، الحضور لمقرات العمل في القطاعين الحكومي والخاص، وغيرها من الإجراءات للحفاظ على سلامة كل مواطن ومقيم على أراضي المملكة. بدأت العديد من التحديات في الظهور، ولم يكن قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة بمنأى عن ذلك. حيث شهد هذا القطاع العديد من التحديات التي استوجب تعاون من كافة الأطراف المعنية لدعم استمرارية الأعمال والتخفيف من آثار الجائحة.

في هذه الفترة كان الطلب كبير على الخدمات المقدمة من قطاع الاتصالات حيث بلغ مجموع الترددات المخصصة لتقديم خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات 1110 ميغاهرتز، ولتلبية الطلب العالي والمتزايد على البيانات خلال فترة الجائحة؛ قامت هيئة

الاتصالات وتقنية المعلومات بتوفير ترددات إضافية للمشغلين على النطاقين (700,800) ميجاهرتز بزيادة تقدر بـ 50% عن الترددات المستخدمة في تلك النطاقات، ومتابعة أداء شبكة الاتصالات من خلال تفعيل الهيئة ومقدمي الخدمات للخطط الطوارئ واستمرارية الأعمال لتلافي أي أعطال محتملة، ومراقبة جميع مؤشرات شبكات الاتصالات لحظياً وعلى مدار الساعة، وتحليلها على نحو مستمر. وخلال فترة الجائحة زاد متوسط استهلاك الفرد: بلغ متوسط استهلاك الفرد اليومي +4 أضعاف المعدل العالمي لمتوسط استهلاك الفرد للبيانات، بما يتجاوز المعدل العالمي بنسبة 450%، والذي بلغ 200 ميجابايت. (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2022)

من المبادرات التي أطلقتها وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات مبادرة تعنى بنشر الوعي الرقمي، ومحو الأمية الرقمية بين جميع أطراف المجتمع، وذلك في مبادرة (العطاء للجميع) حيث أظهرت أهمية التكنولوجيا ودعمت فيها الطلاب والأسر ذات الدخل المنخفض ووفرت لهم الأجهزة الأزمة لإكمال تعليم أبنائهم عن بعد خلال فترة الجائحة.

نرى أن دور قطاع الاتصالات السعودية كان فعالاً في مواجهة الأزمة حيث تعد المملكة العربية السعودية من الدول الأنجح عالمياً في تسخير التقنية لمواجهة الجائحة، بما في ذلك دورها في تمكين التعليم الرقمي، والخدمات الصحية الرقمية، وخدمات الحكومة الذكية. حيث ساهمت البنية التحتية الرقمية الموثقة للمملكة من تخفيف أثار الجائحة من خلال تعزيز التواصل بين مستخدمي خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات، وتمكين التجارة الإلكترونية.

2.12 شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)

تعد شركة الاتصالات السعودية أكبر شركة في قطاع الاتصالات والمشغل الأول لخدمات الاتصالات في السعودية. تأسست في 9 سبتمبر 2002 ، وفي عام 2003 طرحت الشركة 30% من أسهمها في السوق المالية السعودية في أكبر اكتتاب عرفته الأسواق العربية في ذلك الوقت. وتنقسم المبادرات التي قدمت شركة الاتصالات السعودية إلى قسمين رئيسيين هما:

1- المبادرات التي قدمتها شركة الاتصالات السعودية (STC KSA) للمجتمع:

قدمت شركة الاتصالات السعودية (STC KSA) العديد من المساعدات وبرامج المسؤولية الاجتماعية خلال جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19) حيث نشرت أكثر من 1.6 مليار رسالة توعية للوقاية من فيروس كورونا. ونفذت خلال 44 يوم حملات تثقيفية للملايين المواطنين والمقيمين بـ 10 لغات (عربي، انجليزي، ألماني، كوي، اسباني، صيني، مالاي، التاجالوج، أورودو ، فارسي) وتعاونت مع جميع القطاعات الحكومية. ومن المبادرات التي قامت بها ما يلي: (شركة الاتصالات السعودية، 2021)

- رفع الطاقة الاستيعابية للشبكات لضمان استمرارية كافة الأنشطة اليومية لعملائها.
- تم تقديم 40 ألف شريحة إنترنت مجانية وذلك بالتعاون مع مبادرة العطاء الرقمي، لتسهيل الوصول إلى الإنترنت والمنصات التعليمية بما قيمته 5 مليون ريال.
- حرصت على تزويد القنوات الرقمية بكافة الإمكانيات والتسهيلات لتقديم كافة الخدمات عن بعد وذلك لضمان استمرارية كافة الأعمال.
- أضافت منصة عين التعليمية على (جوي TV) وأتاحت فرصة الوصول المجاني للمنصات التعليمية أمام الطلاب وذلك لمساعدتهم على متابعة تعليمهم بكل الوسائل المتاحة.
- تم إلغاء رسوم إيقاف الخدمة المؤقتة للمنشأة الصغيرة والمتوسطة وذلك لتخفيف الأثار الاقتصادية المحتملة.
- إعطاء مهلة أطول لسداد الفواتير للعملاء مراعاة لظروف جائحة كورونا (covid19).
- التعاون مع وزارة الصحة والاستجابة للحملات الصحية وذلك ببث الرسائل التوعوية لكافة العملاء بلغات متعددة، تجاوزت مليار ونصف رسالة نصية بقيمة 40 مليون ريال.
- إتاحة الدخول المجاني للمنصات الحكومية الصحية مثل (صحة ومناعة وتوكلنا).
- إتاحة فرصة الوصول للإنترنت المجاني للمواطنين والمقيمين في الحجر الصحي، لمواصلة أعمالهم وإتمام أنشطتهم اليومية.
- توفير شبكة الواي فاي العامة مجاناً أمام 129 منشأة صحية في جميع مناطق المملكة دعماً منها لتلك المنشآت الصحية في مواجهة جائحة كورونا (covid19).
- الترويج للمنشآت الصغيرة والمتوسطة عن طريق منصات stc الرقمية لدعمها وتخفيف الأثار الاقتصادية التي خلفتها جائحة كورونا (covid19) .
- انطلاقاً من حس المسؤولية تم توفير خدمة العملاء لتقديم الدعم اللازم للرد على استفسارات الأفراد عبر تطبيق توكلنا دون مقابل من قبل موظفين شركة stc، حرصاً على استمرار كافة أنشطة الحياة وضمان جودتها.

- تم توفير 735 سلة غذاء بالتعاون مع جمعية بنیان الخيرية وتوزيعها على المحتاجين ومن لا يستطيع الوصول إلى المتاجر والخدمات المتاحة.
- تم تقديم مبادرة تطوعية بتنظيف وتعقيم مجموعة من المساجد بالتعاون مع إدارة شؤون المساجد بوزارة الشؤون الإسلامية بالمدينة المنورة.
- تم تقديم خصم على خدمات وباقات الإنترنت المحلية والتجوال خلال جائحة كورونا (covid19) وترقية مجانية على الباقات.
- 2- المبادرات التي قدمتها شركة الاتصالات السعودية (STC KSA) للموظفين:
كان هناك تجاوب سريع من الشركة باتخاذ الإجراءات الاحترازية اللازمة لحماية موظفيها من الآثار المتوقعة لجائحة كورونا وقد اتخذت الشركة عدة خطوات منها التالي: (شركة الاتصالات السعودية، 2021)
 - تم تفعيل العمل عن بعد وذلك حرصاً على سلامة الموظفين وعائلاتهم وأيضاً لضمان استمرار الخدمات المقدمة للعملاء، وقد بلغت نسبة الموظفين العاملين من منازلهم حسب موقع شركة الاتصالات السعودية 93%.
 - تم تجهيز مقرات العمل بجميع الإجراءات الاحترازية وتزويدها بجميع المستلزمات الطبية الحديثة وذلك لسلامة الموظفين.
 - تطبيق الحجر لمدة 14 يوماً على الموظفين العائدين من خارج البلاد مع تسهيل الإمكانيات لهم لإتمام أعمالهم.
 - عملت الشركة على توعية موظفيها من خلال نشر الحملات التوعوية بالإجراءات الاحترازية وإتباع تعليمات وزارة الصحة.
 - توفير الحلول التقنية المنزلية للموظفين الذين يعملون في مراكز خدمة العملاء من منازلهم على مدار الساعة لضمان سلامتهم وللاستمرار الخدمات بذات الجودة.
 - حرصاً على سلامة الموظفين تم إيقاف المواصلات الداخلية داخل مجمع الاتصالات للحد من نقاط التجمع داخل المجمع.
- ويتضح من خلال المسح الذي قامنا به أن شركة الاتصالات السعودية (STC KSA) قد أولت قطاعي التعليم والصحة اهتمام كبيراً خلال جائحة كورونا (COVID-19)، وقد طال هذا الاهتمام أيضاً المؤسسات والمنشآت الصغيرة وجميع القطاعات الربحية وغير الربحية، كما أنها لم تغفل عن مسؤوليتها تجاه موظفيها فحرصت على سلامتهم وتوفير بيئة عمل آمنة. وهذا مما لا شك فيه يعكس مدى التزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

2.13 شركة اتحاد الاتصالات (Mobily):

شركة اتحاد اتصالات (Mobily) شركة سعودية تأسست عام 2004م، وتم طرح أسهمها في السوق المالية السعودية "تداول" في العام نفسه، وتمتلك مجموعة اتصالات الإمارات النسبة الأكبر من أسهمها 27.99%، تليها المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية بنسبة 6.9%، أما النسبة المتبقية من أسهم الشركة فهي مملوكة لعدد من المؤسسات الاستثمارية والأفراد.

وحسب الموقع الرسمي للشركة فقد حازت على ثاني رخصه لتقديم خدمات الاتصالات المتنقلة اللاسلكية في المملكة العربية السعودية. وتمتلك نسبة 66% من أسهم مشروع الشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية، أحد أضخم شبكات الألياف البصرية في العالم. ومن خلال هذه الشبكة توفر موبايلي لعملائها بنية اتصالات متكاملة تشمل خدمات الاتصالات المتنقلة والإنترنت السريع. كما تقدم موبايلي خدمات متكاملة لثلاثة قطاعات رئيسية، وهي قطاع الأفراد والأعمال والمشغلين. وتمتلك واحدة من أكبر الشبكات اللاسلكية من ناحية التغطية على مستوى المملكة والمنطقة بشكل عام، بالإضافة إلى امتلاكها أكبر شبكات (FTTH) واحد من أكبر أنظمة مراكز البيانات حول العالم. (شركة اتحاد الاتصالات، 2020)

1- المبادرات التي قدمتها شركة اتحاد الاتصالات (Mobily) للمجتمع :

- تعزيزاً للجهود الحكومية لمكافحة آثار تداعيات جائحة فيروس كورونا والحد من انتشاره، وانطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية، قدمت شركة اتحاد الاتصالات موبايلي العديد من المبادرات الاجتماعية التالية: (شركة اتحاد الاتصالات، 2020)
- أطلقت الشركة بالتعاون مع وزارة الصحة السعودية عدداً من حملات التوعية بفيروس كورونا على مستوى الشركة وعلى مستوى المملكة. ونشرت رسائل للعملاء واستفادت الشركة من وجودها القوي عبر منصات التواصل الاجتماعي لضمان وصول حملات التوعية إلى أكبر عدد من أفراد المجتمع.
- تم إعفاء جميع عملاء الشركة الخاضعين للحجر الصحي من حاملي الخطوط المفوترة من دفع فاتورة شهر إبريل وذلك لتمكينهم من التواصل مع عائلاتهم والاستمتاع بالخدمات المجانية للإنترنت خلال فترة الحجر.
- مكنت الشركة الوصول المجاني لمنصات التعليم الحكومية وبوابة التعليم الوطنية (عين) ومنظومة التعليم الموحد، وكذلك المنصات الصحية لتسهيل الاستشارات الطبية والتوعية الصحية.

• تم دعم مبادرة العطاء الرقمية من خلال توزيع 40 ألف شريحة بيانات مجانية لدعم الطلاب من خلال توفير باقات التعلم عن بعد بأسعار مخفضه عبر منصة مدرستي.

2- المبادرات التي قدمتها شركة اتحاد الاتصالات (Mobily) للموظفين:

كيفية مؤسسات الدولة حرصت شركة اتحاد الاتصالات (Mobily) خلال الأزمة على سلامة الموظفين، وتطويرهم المهني وقد قدمت عدة مبادرات منها: (شركة اتحاد الاتصالات، 2020).

- قدمت الشركة برنامجاً افتراضياً لتطوير الموظفين وتدريبهم أثناء فترة الحجر، وقد تم دعم البرنامج من خلال العديد من حملات التسويق والإعلانات وبرامج التكريم لأفضل المتعلمين وذلك لتحفيز مشاركة الموظفين.
- من المبادرات اللافتة والمتميزة التي أطلقتها الشركة وتركت أثراً استثنائياً ملموساً على مستوى المملكة، رسائل الشكر والثناء التي تم عرضها على لوحات إعلانية على طريق الملك فهد، تقديراً لموظفي الخطوط الأمامية في الشركة لدى عودتهم إلى مقر عملهم.
- اهتمت الشركة بالصحة البدنية لموظفيها، حيث عقدت شراكة مع (اتحاد الرياضة للجميع)، وهي جهة تعنى بتحقيق أهداف وزارة الرياضة المتمثلة بدعم الصحة البدنية لسكان المملكة تماشياً مع أهداف رؤية 2030. وهدفت من خلالها إلى تعزيز النشاط البدني لموظفيها وترك أثر ملموس في مجتمعاتهم، من خلال جعل الرياضة أسلوب حياة.
- سعت الشركة إلى التثقيف ورفع مستوى الوعي بتدابير الصحة والوقائية من خلال حملات الاتصال والتدريب واسعة النطاق والموجهة للموظفين.
- حرصت الشركة على الالتزام بالإجراءات الوقائية، والفحوصات الصحية الدورية وفحص درجات الحرارة والتعقيم.
- نرى من خلال المسح الذي قامنا به التزام شركة اتحاد الاتصالات (Mobily) بمسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا (COVID-19) فقد أولت موظفيها جانب الاهتمام الأكبر، وتركزت مسؤوليتها المجتمعية في جانبين الصحة والتعليم.

2.14 شركة زين السعودية (ZAIN KSA):

زين السعودية شركة مساهمة سعودية بدأت نشاطها التشغيلي في أغسطس 2008 وهي ثالث شركة اتصالات للهاتف المحمول والانترنت في المملكة العربية السعودية.

1- المبادرات التي قدمتها شركة زين السعودية (ZAIN KSA) للمجتمع:

كياتي شركات الاتصالات في المملكة قدمت شركة زين العديد من المبادرات منذ بداية جائحة كورونا (Covid-19). على صعيد الموظفين والعملاء وذلك جزء من مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع. وتجسدت هذه المبادرات في دعم الجانب التعليمي والصحي وكذلك دعم المؤسسات والشركات والتخفيف على العملاء في الكثير من المواضيع وتمثلت المبادرات التي قامت بها الشركة في النقاط التالية: (لشركة زين السعودية، 2021)

- وفرت للعملاء التصفح المجاني للمنصات التعليمية والمواقع والتطبيقات الحكومية والصحية، وذلك من خلال موقع بوابة التعليم الوطنية (عين)، وبوابة منظومة التعليم الموحدة في وزارة التعليم وموقع وزارة الصحة.
- قدمت 30 ألف اشتراك لبيانات الإنترنت لطلاب والطالبات في مختلف أنحاء المملكة.
- قامت وبالشراكة مع عدد من المؤسسات الحكومية وبعض القطاعات الغير ربحية بعدة مبادرات منها (كلنا عطاء)، هدفها شمولية التعليم وتذليل الصعوبات أمام التعليم ومساعدة طلاب وطالبات المملكة من أبناء الأسر ذات الدخل المحدود.
- سهلت مهمة إجراء المكالمات بين موظفي الشركات المشتركين ببقات الأعمال بإجراء مكالمات لا محدودة بين بعضهم البعض وذلك تعزيزاً لمبادرة العمل عن بعد.
- قامت بمنح عملائها من أصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة فرصة عدم سداد الفواتير لمدة شهر وعدم قطع الخدمات عنهم .
- حرصت على تفعيل التطبيق والموقع الالكترونية ومنحت العملاء فرصة التسديد الالكتروني كإقامة بتمديد مهلة السداد للمشاركين من الأفراد مدة 16 يوماً إضافية .
- قامت بتخفيض الاشتراك على باقاتها مثل باقة شباب G5 المفوترة بنسبة 20%، وضاعفت البيانات على الباقات الصوتية، وسمحت بتجميد بعض الخدمات عند رغبة العملاء، من دون دفع رسوم إضافية.
- منحت الشركة خدماتها مجاناً للعملاء المصابين بفيروس كورونا (Covid19) والمعزولين في المنازل والمستشفيات.

- دشنت الشركة مبادرة تفاعلية غير مسبوقه من خلال هاشتاق #بيتك_أزين، تهدف إلى تشجيع الناس وحثهم على البقاء في منازلهم، والالتزام بالتعليمات التي تصدرها وزارة الصحة للحد من انتشار الفيروس. كما أطلقت على شبكتها اسم Stay Home، بدلاً من Zain، وأرفقت المكالمات بإعلان صوتي يدعو المتصل إلى البقاء في المنزل وعدم مغادرته.
- 2- المبادرات التي قدمتها شركة زين السعودية (ZAIN KSA) للموظفين:
حرصت شركة زين السعودية على سلامة موظفيها في مختلف مناطق المملكة، واتخذت الإجراءات اللازمة منذ بداية الجائحة، وكان من أهم المبادرات التي قامت بها ما يلي: (شركة زين، 2021)
 - حرصت على نشر الرسائل التوعوية والتقيد بإرشادات السلامة ونشرت توجيهات وزارة الصحة والسلطات المحلية.
 - تم إطلاق مبادرة تُعنى بتحسين الحالة الصحية والنفسية لموظفي الشركة.
- نرى من خلال المسح الذي قامنا به التزم شركة زين السعودية (ZAIN KSA) بمسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا (COVID-19)، فقد أولت قطاع التعليم والصحة جانب الاهتمام الأكبر، كما اهتمت بالمؤسسات والمنشآت الصغيرة وبعملائها الأفراد، وصحة موظفيها.

3.1 الإطار التطبيقي للبحث:

سنحاول في هذا الجزء من البحث تسليط الضوء على الجانب التطبيقي للبحث، وذلك من خلال إجراءات الدراسة الميدانية في شركات الاتصالات بمدينة مكة المكرمة. وباستعمال أداة البحث المتمثلة في الاستبيان، حيث سيتم عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات.

3.2 أولاً: منهجية البحث الميدانية:

1- منهج البحث:
أن المنهج المناسب من أجل وصف وتحليل البحث بأكمله هو المنهج الوصفي التحليلي، لوصف مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا (Covid-19)، حيث إن المنهج الوصفي وكما يعرفه (العساف، 2012) بأنه كل منهج يرتبط بظاهرة معاصرة بقصد وصفها وتفسيرها يعد منهجاً وصفيًا. كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل معطيات الجانب الميداني والوقوف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا (Covid-19).

2- مجتمع البحث:
انطلاقاً من المجال الموضوعي للبحث، وتساؤلاته، وطبيعة البيانات المطلوبة، والأهداف التي يسعى البحث لتحقيقها، تم تحدد مجتمع البحث من موظفين شركات قطاع الاتصالات السعودية والمتمثل في شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)، وشركة اتحاد الاتصالات (Mobily)، وشركة زين السعودية (ZAIN).

3- عينة البحث:
تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من المجتمع المدروس مكونة من (72) موظف تقريباً، وتم توزيع (72) استبانة على موظفي شركات الاتصالات في مدينة مكة المكرمة إلكترونية، وتم استرداد (72) استبانة، جميعها صالحة للتحليل أي بنسبة (100%).

4- أداة البحث:
بالاعتماد على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء استبيان خصيصاً لقياس اتجاهات مفردات العينة. وفق المحاور الرئيسة للبحث، وقد قسم هذا الاستبيان إلى جزأين:

- الجزء الأول: ويتضمن البيانات الشخصية (الوظيفية) لأفراد عينة الدراسة (النوع، الخبرة، الشركة التي تعمل فيها).
- الجزء الثاني: البيانات الأساسية (الموضوعية): ويشتمل على عبارات فرضيات البحث والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات البحث، ويشتمل هذا القسم على فرضيتين وعدد (18) عبارة تمثل متغيرات البحث وفقاً لما يلي:

- الفرضية الأولى: هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19) في مدينة مكة المكرمة، وعدد عبارتها (6) عبارات.
 - الفرضية الثانية: هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة للحد من أثار جائحة فيروس كورونا (Covid-19)، وعدد عبارتها (12) عبارة.
- وتم قياس درجة الاستجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، والذي يتراوح من (لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة)، كما هو موضح في جدول رقم (1).

جدول (1): الميزان التقديري لمقياس ليكرت الخماسي:

الوزن النسبي	الوسط المرجح	الاتجاه	المتوسط المرجح	المستوى
1	1 - 1,79	لا أوافق بشدة	2,33	منخفض
2	1,80 - 2,59	لا أوافق		
3	2,60 - 3,39	محايد	2,34 – 3,67	متوسط
4	3,40 - 4,19	أوافق	3,68 - 5	مرتفع
5	4,20 - 5	أوافق بشدة		

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

5- صدق وثبات أداة البحث:

سيتم التركيز هنا على أداة البحث المتمثلة في الاستبيان من حيث صدقها، وذلك من خلال حساب معامل كرونباخ الذي يقيس مدى ثبات هذه الأداة وصلاحيتها للتطبيق الميداني:

صدق أداة البحث:

للتأكد من صدق أداة البحث قمنا بإجراء نوعين من الاختبارات:

• الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تطلب التحقق من الصدق الظاهري لأداة البحث الاستعانة بمجموعة من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال بقصد الإفادة من خبرتهم في اختصاصاتهم لمعرفة مدى مناسبتها لموضوع الدراسة وهدفها، وبناء على ملاحظات الأساتذة تم تعديل الاستبيان وتصميمه في صورته النهائية، مما جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية في القياس.

• الصدق البنائي Structure Validity:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقياس صدق الأداء الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداء الوصول إليها، وبين مدى ارتباط كل محور من محاور البحث مع الدرجة الكلية لفقرات الاستبيان، وقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للتحقق من ذلك كما في الجدول (2)

جدول (2): معامل الارتباط بين درجة كل فرضية والدرجة الكلية للاستبيان:

مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	الفرضية
0.000	0.952**	المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين
0.000	0.987**	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة

**معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0,01)

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (2) أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات الاستبيان دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0,05)، حيث تراوحت قيمة معامل الارتباط ما بين (0,952) كحد أدنى و(0,987) كحد أعلى، وتعني هذه القيم توافر درجة عالية من الصدق البنائي لفرضيات البحث، ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي اعتمدها لقياس عبارات فرضيات البحث تتمتع بالصدق البنائي، مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف البحث وتحليل نتائجها وبذلك تعتبر جميع فرضيات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات أداة البحث:

من أجل التأكد من ثبات أداة البحث، والذي يعني أن النتائج ستكون نفسها تقريباً إذا تكرر تطبيقها على أفراد العينة أنفسهم، حيث تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وتعد القيمة المقبولة إحصائياً لهذا المقياس (60%) فأكثر، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (3): معاملات الثبات لفرضيات الدراسة (الفأكرونباخ):

المحور	عدد العبارات	معامل الفا كرونباخ	الصدق الذاتي*
المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين	6	0.923	0.961
المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة	12	0.959	0.979
إجمالي المحاور	18	0.970	0.985

* الصدق الذاتي: هو عبارة عن الجذر التربيعي لمعامل الثبات

المصدر: إعداد الباحثتان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يظهر من الجدول رقم (3) أعلاه أن قيم معامل ألفا كرونباخ كلها مرتفعة، حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ الخاصة بالفرضيات (0.923) في أدنى قيمة له و(0.959) في أقصى قيمة له، كما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ الخاصة بالاستبيان ككل (0.970)، وكذلك كانت قيمة الصدق الذاتي مرتفعة لكل فرضية من فرضيات الاستبيان وكانت قيمة الصدق الذاتي لجميع فقرات الاستبيان (0.985)، وهذا يعني أن قيم معامل الصدق الذاتي مرتفعة، وبشكل عام ما دامت كل القيم أكبر من (0.60) فهذا يعني أن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات وصدق مرتفعة تجعل منه أداة مقبولة جداً وصالحة للدراسة.

6- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

قامت الباحثتان بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان باستخدام الحزمة الإحصائية الاجتماعية (SPSS)، وقد تم الاعتماد على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي احتواها الاستبيان وتمثلت هذه الأساليب فيما يلي:

1. التكرار والنسبة المئوية: لوصف خصائص عينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات الاستبيان.
2. المتوسط الحسابي Mean: لقياس مدى تحقق كل عبارة من عبارات أداة الدراسة، والمتوسط الحسابي الإجمالي (العام) لكل فرضية من فرضيات الاستبيان، وذلك من أجل ترتيب العبارات حسب الأهمية لنتائج الدراسة.
3. الانحراف المعياري Standard Deviation: للتعرف على مدى انحراف (تشتت) استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن وسطها الحسابي.
4. معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha: للتحقق من ثبات عبارات الاستبيان.
5. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation: للتحقق من الصدق البنائي لعبارات الاستبيان.
6. تحليل "ت" لعينة واحدة (One-Sample Test): للتحقق من درجة الفروق بين عبارات فرضيات الدراسة.

3.3 ثانياً: عرض وتحليل النتائج واختبار فرضيات البحث:

1- مناقشة تحليل البيانات الشخصية: يتضمن هذا العنصر تحليلاً مفصلاً للخصائص الشخصية التي تم جمعها من خلال الدراسة التطبيقية على عينة الدراسة في شركات الاتصالات السعودية في مكة المكرمة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (4): توزيع أفراد العينة حسب الخصائص الشخصية:

المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	86.1
	أنثى	13.9
	الإجمالي	100.0
المتغير	العدد	النسبة %
	من 1- 5 سنة	33.3
	من 6- 11 سنة	27.8
	من 12- 17 سنة	18.1

المتغير	العدد	النسبة %
أكثر من 17 سنة	15	20.8
الإجمالي	72	100.0
المتغير	العدد	النسبة %
شركة الاتصالات السعودية (STC KSA)	34	47.2
شركة اتحاد الاتصالات (Mobily)	21	29.2
شركة زين السعودية (ZAIN KSA)	17	23.6
الإجمالي	72	100.0

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتبين من الجدول رقم (4) أعلاه ما يلي:

- توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع: يظهر من الجدول أعلاه، أن الذكور الذين بلغ عددهم (62) مفردة يمثلون ما نسبته (86.1%) من إجمالي عينة الدراسة أعلى من نسبة الإناث والتي بلغت (13.9%) فقط.
 - توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة: يبين الجدول السابق أن فئة الموظفين الذين تتراوح مدة خبرتهم ما بين (1 - 5 سنة) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (33.3%)، تلتها فئة الموظفين الذين تتراوح مدة خبرتهم (6-11 سنة) بنسبة (27.8%)، ثم تلتها فئة الموظفين الذين تتراوح مدة خبرتهم ما بين (أكثر من 17 سنة) بنسبة بلغت (20.8%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة فئة الموظفين الذين تتراوح مدة خبرتهم (12-17 سنة) وذلك بنسبة بلغت (18.1%).
- وكملاحظة عامة يمكننا القول إن نسبة (66.70%) من عينة الدراسة لديهم خبرة تفوق 5 سنوات، لذلك هم مؤهلون للتعاطي أكثر إذا توفرت الظروف البيئية الملائمة.

- توزيع أفراد العينة حسب متغير الشركة التي يعمل بها: يبين الجدول أعلاه أن العاملين في شركة الاتصالات السعودية (STC KSA) كانت نسبتهم أعلى نسبة (47.20%)، ثم تلتها نسبة العاملين في شركة اتحاد الاتصالات (Mobily) (29.20%)، بينما بلغت نسبة العاملين في شركة زين السعودية (ZAIN KSA) (23.60%).
- 2- التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لفرضيات البحث:

تم مناقشة عبارات فرضيات البحث من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك للتعرف على درجة الموافقة بين أفراد عينة البحث تجاه عبارات فرضيات البحث، وفيما يلي التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لكل فرضية على حدا:

1- تحليل ومناقشة عبارات الفرضية الأولى:

يهدف من خلال تحليل ومناقشة عبارات هذه الفرضية الأولى إلى معرفة آراء عينة البحث حول مدى توفر تطبيق شركات الاتصالات السعودية (شركة الاتصالات السعودية، شركة اتحاد الاتصالات، شركة زين) للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19) في مدينة مكة المكرمة، حيث كانت النتائج موضحة كما في الجدول رقم (5) التالي:

جدول (5): التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث حول للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها:

العبارات	العدد/ النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تحرص الشركة على رعاية الموظفين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاستقرار النفسي لهم	العدد	3	8	9	27	25		3.88	1.138	مرتفعة
	نسبة %	4.2	11.1	12.5	37.5	34.7				
تدعم الشركة برامج تأهيل وتدريب الموظفين	العدد	3	4	7	32	26		4.03	1.034	مرتفعة
	نسبة %	4.2	5.6	9.7	44.4	36.1				
تحرص الشركة على سلامة عملائها وموظفيها خلال جائحة	العدد	3	1	5	22	41		4.35	0.981	مرتفعة
	نسبة %	4.2	1.4	6.9	30.6	56.9				

العبارات	العدد/ النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق أوافق	محايد أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
كورونا Covid-19								
تسهيل العمل عن بعد لموظفيها خلال جائحة كورونا Covid-19	العدد	4	1	12	19	36	1.104	مرتفعة
	نسبة %	5.6	1.4	16.7	26.4	50.0		
أشعر بالرضا بالعمل في الشركة لما تقدمت من خدمات للمجتمع وللموظفين	العدد	2	6	13	28	23	1.042	مرتفعة
	نسبة %	2.8	8.3	18.1	38.9	31.9		
أشعر بالولاء للشركة بسبب ما قدمته للموظفين خلال جائحة كورونا Covid-19	العدد	3	2	14	21	32	1.066	مرتفعة
	نسبة %	4.2	2.8	19.4	29.2	44.4		
إجمالي محور المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين								
مرتفعة	0.902	4.06						

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (5) أعلاه أن ميول واتجاهات الموظفين حول مدى المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين في شركات الاتصالات السعودية في مكة المكرمة من وجهة نظر عينة البحث تتجه نحو الموافقة بدرجة مرتفعة، وذلك بدلالة وسطها الحسابي البالغ (4.06) وانحراف معياري قدره (0.902).

2- تحليل ومناقشة عبارات الفرضية الثانية:

يهدف من خلال تحليل ومناقشة عبارات هذه الفرضية معرفة آراء عينة البحث حول مدى توفر تطبيق شركات الاتصالات السعودية (شركة الاتصالات السعودية، شركة اتحاد الاتصالات، شركة زين) لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة للحد من آثار جائحة فيروس كورونا (Covid-19)، حيث كانت النتائج موضحة كما في الجدول رقم (6) التالي:

جدول (6): التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث حول المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة:

العبارات	العدد/ النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق أوافق	محايد أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تقوم الشركة بتنوع الخدمات المقدمة استجابة للتغير في مستويات الطلب	العدد	2	2	9	28	31	0.949	مرتفعة
	نسبة %	2.8	2.8	12.5	38.9	43.1		
تدعم الشركة البرامج التي تساهم في تحسين مستوى المعيشة	العدد	2	5	21	21	23	1.057	مرتفعة
	نسبة %	2.8	6.9	29.2	29.2	31.9		
تقدم تسهيلات وعروض للعملاء خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	2	4	16	23	27	1.041	مرتفعة
	نسبة %	2.8	5.6	22.2	31.9	37.5		
مددت مهلة السداد للعملاء خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	4	5	18	25	20	1.116	مرتفعة
	نسبة %	5.6	6.9	25.0	34.7	27.8		
تستجيب سريعاً للأعطال خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	3	3	16	30	20	1.016	مرتفعة
	نسبة %	4.2	4.2	22.2	41.7	27.8		
تتعرف الشركة بفضل	العدد	5	2	12	27	26	1.130	مرتفعة

العبارات	العدد/ النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
المجتمع فيما حققته من نجاح وأرباح	نسبة %	6.9	2.8	16.7	37.5	36.1			
تلتزم الشركة بتحقيق التنمية المستدامة	العدد	2	2	12	29	27	4.07	0.954	مرتفعة
	نسبة %	2.8	2.8	16.7	40.3	37.5			
تدعم الشركة المستشفيات والمراكز الاجتماعية	العدد	4	2	23	24	19	3.72	1.064	مرتفعة
	نسبة %	5.6	2.8	31.9	33.3	26.4			
تشارك الشركة في حملات التوعية ضد مخاطر كورونا (Covid-19)	العدد	2	3	12	26	29	4.07	0.998	مرتفعة
	نسبة %	2.8	4.2	16.7	36.1	40.3			
تساهم الشركة في الأعمال التطوعية خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	3	4	19	27	19	3.76	1.041	مرتفعة
	نسبة %	4.2	5.6	26.4	37.5	26.4			
تساهم الشركة في تيسير عملية التعليم عن بعد خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	2	2	8	30	30	4.17	0.934	مرتفعة
	نسبة %	2.8	2.8	11.1	41.7	41.7			
توفر الدخول المجاني للمنصات التعليمية والصحية خلال جائحة كورونا (Covid-19)	العدد	4	4	10	24	30	4.00	1.138	مرتفعة
	نسبة %	5.6	5.6	13.9	33.3	41.7			
إجمالي محور المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة									
مرتفعة							3.94	0.861	

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (6) أعلاه أن ميول واتجاهات الموظفين حول مدى توفر المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة في شركات الاتصالات السعودية في مكة المكرمة من وجهة نظر عينة الدراسة تتجه نحو الموافقة بدرجة مرتفعة، وذلك بدلالة وسطها الحسابي البالغ (3.94) وانحراف معياري قدره (0.861).

3- اختبار فرضيات البحث:

تم استخدام تحليل "ت" لعينة واحدة (One-Sample Test) للتحقق من درجة الفروق بين عبارات فرضيات البحث، وفيما يلي نتائج هذا التحليل لفرضيات البحث:

أولاً: تحليل (One-Sample Test) للفرضية الأولى:

جدول (7): نتائج تحليل "ت" لعينة واحدة (One-Sample Test) لعبارات الفرضية الأولى:

العبارات	قيمة t	درجة الحرية df	مستوى الدلالة
تحرص الشركة على رعاية الموظفين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاستقرار النفسي لهم.	6.527	71	0.000
تدعم الشركة برامج تأهيل وتدريب الموظفين.	8.432	71	0.000
تحرص الشركة على سلامة عملائها وموظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19).	11.654	71	0.000
تسهل العمل عن بعد لموظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19).	8.750	71	0.000

مستوى الدلالة	درجة الحرية df	قيمة t	العبارات
0.000	71	7.237	أشعر بالرضا بالعمل في الشركة لما تقدمت من خدمات للمجتمع وللموظفين.
0.000	71	8.514	أشعر بالولاء للشركة بسبب ما قدمته للموظفين خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	9.950	إجمالي المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين

المصدر: إعداد الباحثتان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (7) أعلاه أن عبارات الفرضية الأولى دالة إحصائياً، حيث كانت جميع قيمة "ت" لعبارات الفرضية الأولى دالة عند مستوى دلالة أقل (0.000)، وتراوح قيمة "t" ما بين (6.527) في أدنى قيمة لها، و (11.654) في أعلى قيمة لها، بينما كانت قيمة "t" لإجمالي عبارات الفرضية الأولى (9.950) بمستوى دلالة (0.000)، بذلك يمكننا القول إن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية (شركة الاتصالات السعودية، شركة اتحاد الاتصالات، شركة زين) للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19) في مدينة مكة المكرمة.

ثانياً: تحليل (One-Sample Test) للفرضية الثانية:

جدول (8): نتائج تحليل "ت" لعينة واحدة (One-Sample Test) لعبارات الفرضية الثانية:

مستوى الدلالة	درجة الحرية df	قيمة t	العبارات
0.000	71	10.427	تقوم الشركة بتنوع الخدمات المقدمة استجابة للتغير في مستويات الطلب.
0.000	71	6.469	تدعم الشركة البرامج التي تساهم في تحسين مستوى المعيشة
0.000	71	7.815	تقدم تسهيلات وعروض للعملاء خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	5.491	مددت مهلة السداد للعملاء خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	7.074	تستجيب سريعاً للأعطال خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	6.988	تعترف الشركة بفضل المجتمع فيما حققته من نجاح وأرباح.
0.000	71	9.510	تلتزم الشركة بتحقيق التنمية المستدامة.
0.000	71	5.757	تدعم الشركة المستشفيات والمراكز الاجتماعية.
0.000	71	9.097	تشارك الشركة في حملات التوعية ضد مخاطر كورونا (Covid-19).
0.000	71	6.225	تساهم الشركة في الأعمال التطوعية خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	10.594	تساهم الشركة في تيسير عملية التعليم عن بعد خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	7.454	توفر الدخول المجاني للمنصات التعليمية والصحية خلال جائحة كورونا (Covid-19).
0.000	71	9.218	إجمالي المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة

المصدر: إعداد الباحثتان من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (8) أعلاه أن عبارات الفرضية الثانية دالة إحصائياً، حيث كانت جميع قيمة "ت" لعبارات الفرضية الثانية دالة عند مستوى دلالة أقل (0.000)، وتراوح قيمة "t" ما بين (5.491) في أدنى قيمة لها، و (10.427) في أعلى قيمة لها، بينما كانت قيمة "t" لإجمالي عبارات الفرضية الثانية (9.218) بمستوى دلالة (0.000)، بذلك يمكننا القول إن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة للحد من أثار جائحة فيروس كورونا (Covid-19).

3.4 النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج:

كان الهدف من البحث معرفة واكتشاف واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى شركات قطاع الاتصالات السعودية خلال جائحة كورونا (Covid-19)، ومن خلال التحليل الإحصائي تم التوصل إلى عدة نتائج منها ما يلي:

1. أتضح أن المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين في شركات الاتصالات السعودية في مكة المكرمة كانت بدرجة مرتفعة، وذلك بدلالة وسطها الحسابي البالغ (4.06) وانحراف معياري قدره (0.902).
2. تبين أن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة في شركات الاتصالات السعودية في مكة المكرمة كانت بدرجة مرتفعة، وذلك بدلالة وسطها الحسابي البالغ (3.94) وانحراف معياري قدره (0.861).
3. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية (شركة الاتصالات السعودية، شركة اتحاد الاتصالات، شركة زين) للمسؤولية الاجتماعية تجاه موظفيها خلال جائحة كورونا (Covid-19) في مدينة مكة المكرمة، وذلك من خلال معنوية قيم "ت" لجميع عبارات متغير المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، حيث تراوحت قيم "ت" ما بين (6.527 - 11.654) بمستوى دلالة (0.000).
4. وكذلك أظهرت النتائج أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، لدرجة تطبيق شركات الاتصالات السعودية لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والدولة للحد من أثار جائحة فيروس كورونا (Covid-19)، وذلك من خلال معنوية قيم "ت" لجميع عبارات متغير المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، حيث تراوحت قيم "ت" ما بين (5.491 - 10.427) بمستوى دلالة (0.000).

ثانياً: التوصيات:

بناء على ما توصلت إليه البحث من نتائج، نوصي بضرورة تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع السعودي وخصوصاً جيل الشباب، وذلك حتى تكون المسؤولية الاجتماعية ثقافة تمارس في جميع نواحي حياة المجتمعات، وذلك من خلال عدة نقاط:

1. العمل على تأسيس بنية تحتية للمسؤولية الاجتماعية وإعداد نظام تشريعي وخطط عمل وقت الأزمات.
2. تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن المناهج التعليمي في المراحل التعليمية في المؤسسات التعليمية في السعودية.
3. تقديم محفزات من الحكومة للشركات حسب مساهمتها في برامج المسؤولية الاجتماعية، كمنح جوائز للتميز الأداء في مسؤوليتها الاجتماعية مما يسهم في تنافس الشركات وتوسيع مجالات المسؤولية الاجتماعية.
4. على شركات الاتصالات تنمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى موظفيها وإدراج هذه المفاهيم ضمن رؤيتها ورسالتها.
5. تفعيل دور وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي في إيصال مفهوم المسؤولية الاجتماعية وما تعود به من فائدة على المجتمع والدولة.

3.5 قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- البقعي، شجاع (2022). واقع معالجة مواد الرأي للمبادرات الحكومية في مواجهة تداعيات جائحة كورونا على القطاع الخاص. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد 37*.
- بسطامي، فتحي، وشرفي، مهدي (2021). المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق رضا الزبائن في ظل جائحة كوفيد-19: دراسة ميدانية لعينة من زبائن شركة موبيليس مدينة البليدة. *مجلة الاقتصاد الجديد، 12 (3)*، جامعة حسبية بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- توام، زاهية، و رزاي، سعاد (2020). تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية. *مجلة الميادين الاقتصادية، 3 (1)*، جامعة الجزائر، الجزائر.
- الحديدية، عرين عاطف، والصريرة، محمد نجيب (2019). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: شركة البوتاس العربية نموذجاً. مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، 10 (1)، جامعة السلطان قابوس، عمان.
- خلوفي، سفيان، وشريط، كمال (2020). اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن نظم الاستجابة لإدارة المخاطر البيئية: شركة Seegene الكورية في مواجهة جائحة فيروس كورونا. *مجلة اقتصاد المال والأعمال، 4 (4)*، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
- الدخيل، عبد العزيز عبد هلال (2006). *معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية*. الأردن، عمان: دار المناهج.
- شيباني، عبدالقادر، وفلاق، محمد (2021). واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي في ظل جائحة كورونا. *مجلة المنهل الاقتصادي، 4 (1)*، جامعة الشهيد حسبية بن بوعلي بالشلف، الجزائر.

- عرنوس، أحمد (2022). واقع الاقتصاد الدولي في ظل تداعيات انتشار جائحة كورونا. *مجلة الدولية، المجلد (1) العدد (2)*.
- العيونس، رياض عبد الرحمن. (2021). دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من آثار الأوبئة والكوارث الصحية: دراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالمية الخمسة الكبرى في التخفيف من آثار فيروس كورونا. *مجلة تنمية الموارد البشرية، 16 (2)*. جامعة فرحات سطيف، الجزائر.
- العساف، صالح حمد. (2012). *المدخل إلى البحث العلمي في العلوم السلوكية* (ط 3). السعودية، الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- غرفة الرياض. (2020). تقرير غرفة الرياض خلال جائحة كورونا. <https://www.chamber.sa/Home/AboutUs/Documents/RiyadhChamberCoronaReport.pdf>
- الفحطاني، منيرة (2022). أثر جائحة كورونا على القطاع المصرفي السعودي. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد (6) العدد (1)*.
- الغالبي، طاهر محسن، والعامري، صالح مهدي. (2008). *المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع*، الأردن، دار وائل للنشر.
- قمان، مصطفى، و بو سعدي، مسعود. (2021) مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها: أزمة فيروس كورونا: نموذجاً تجارب دولية. *مجلة الحوكمة، 3 (2)*. جامعة محمد بوضياف، المسلية، الجزائر.
- موسى، رضا، و شرع، يوسف. (2021). المسؤولية الاجتماعية للشركات كآلية لتجاوز تحديات جائحة كورونا: عرض تجارب دولية. *مجلة إضافات اقتصادية، 5 (2)*. جامعة عرداية، الجزائر.
- مقدم، وهيبة. (2019). أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة من خلال دعم نظم الإدارة البيئية. *مجلة دفاتر بوداكس، 8 (2)*، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
- المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة. (2001)، *مجلة جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، 2 (1)*، عمان، الأردن.
- المنصة الوطنية الموحدة. (2021). الخطط والمبادرات الوطنية. من موقع <https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/aboutksa/nationalDevelopmentPlans>
- منظمة الصحة العالمية. (2020). موقع <https://www.who.int>.
- شركة الاتصالات السعودية STC. (2021) <https://www.stc.com.sa/wps/wcm/connect/arabic/individual/individual> (2021)
- شركة زين السعودية الرسمي. (2021). زين السعودية" تطلق مبادرة "BE WELL" لتحسين الصحة النفسية والذهنية لموظفيها <https://sa.zain.com/ar/all-news/news-06-06-21>
- شركة اتحاد الاتصالات. (2020). التقرير السنوي. <https://ir.mobily.link/2020//ar/download-center>
- النصور، رابعة. (2010). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية العامة في الأردن. أطروحة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- النجار، فايز جمعه، النجار، نبيل جمعة، والزغبى، ماجد راضي (2018). *أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي* (ط5). الأردن، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودي. (2022). منجزات الهيئة خلال جائحة كورونا. <https://www.cst.gov.sa/ar/aboutus/Pages/covid.aspx>
- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات 2020. متانة البنية الرقمية للمملكة <https://www.cst.gov.sa/ar/mediacenter/pressreleases/Pages/2020062801.aspx>
- يونس، الفاروق ذكي (1983). *الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي* (ط 2). القاهرة، دار عالم الكتاب.
- يحيوي، نعيمة (2015). نماذج بعض الشركات العالمية والإسلامية في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية. *مجلة المالية والأسواق، 2 (1)*، عمان، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Velavan, T. P., & Meyer, C. G. (2020). The COVID-19 epidemic. *Tropical medicine & international health*, 25 (03).
- Schermerhorn, John R. (2002), *Management*, 7th ed., John Wiley and Sons Inc., New York.
- Carrol, A. (1991, July. August). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*.