

## اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن نظم الاستجابة لإدارة المخاطر

الوبائية - شركة Seegene الكورية في مواجهة جائحة فيروس كورونا كوفيد-19

*Strategic vigilance for corporate social responsibility within response systems to  
The Korean company Seegene in the face of the pandemic - manage epidemic risks  
Coronavirus Covid-19*سفيان خلوفي<sup>1</sup>، كمال شريط<sup>2</sup><sup>1</sup> جامعة العربي التبسي، تبسة (الجزائر)، [sofyane.kheloufi@univ-tebessa.dz](mailto:sofyane.kheloufi@univ-tebessa.dz)<sup>2</sup> جامعة العربي التبسي، تبسة (الجزائر)، [cherykam@yahoo.fr](mailto:cherykam@yahoo.fr)

النشر: 2020/12/31

القبول: 2020/12/05

الاستلام: 2020/10/18

## ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن دور اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات في مواجهة المخاطر الوبائية، وذلك بالتطبيق على شركة Seegene الكورية. وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات اليوم تعمل في بيئة أعمال جد معقدة تحتاج فيها إلى يقظة استراتيجية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، والذي تفرضه الظروف الاستثنائية كالمخاطر الوبائية، التي تحتاج إلى سرعة في الاستجابة الاجتماعية وتلبية تطلعات المجتمع الاستثنائية قبل وأثناء وبعد وقوع الأخطار، في الأخير أوصت الدراسة بضرورة تبني الشركات لاستراتيجية مرنة تدمج عناصر اقتصادية واجتماعية متوقعة وغير متوقعة كالأخطار الوبائية، والتي تحتم على الشركات الاستجابة لها بسرعة لتخفيف الأضرار، ولاغتنام الفرص التي تظهر فجأة.

الكلمات المفتاحية: يقظة إستراتيجية، مسؤولية اجتماعية، نظم الاستجابة، جائحة كورونا كوفيد-19، شركة Seegene.

رموز JEL: M14، I10.

**Abstract:**

This study aimed to try to uncover the role of strategic vigilance for corporate social responsibility in facing the risks of epidemics, by applying the study to Seegene Korean. The study found that companies operate today in a very complex business environment in which they need strategic vigilance at the economic and social level imposed by exceptional circumstances such as the risks of epidemics, This requires speed in social response and meeting the exceptional aspirations of society before, during and after the occurrence of risks.

Finally, the study recommended that companies should adopt a flexible strategy that integrates expected and unexpected economic and social elements such as epidemic risks, which require companies to respond quickly to mitigate damage and even seize opportunities that appear suddenly.

**Keywords:** Strategic Vigilance, Social Responsibility, Response Systems, pandemic Coronavirus Covid-19, Seegene Inc.

**(JEL) Classification :** M14، I10.

## 1. مقدمة:

فوجئت جمهورية الصين الشعبية في نهاية سنة 2019 وبالتحديد في شهر ديسمبر بغزو من نوع خاص، أثبت للعالم مدى هشاشته ومدى ضعفه في مواجهة الأخطار بكل مؤسساته وأنظمتها، فأصبحنا نسمع يوماً بعد

يوم بدولة عظيمة كانت في السابق تحت رحمة فيروس تاجي لا يري بالعين أطلق عليه من طرف منظمة الصحة العالمية أسم فيروس كورونا كوفيد-19.

هذا الكائن المجهرى أثبت لنا جميعاً اليوم أننا نعيش في بيئة واحدة نتأثر بها ونؤثر فيها، وأن هذه البيئة كما تحمل لنا فرصاً لنكسب تحمل مخاطر أكبر لنخسر ونفقد في أي لحظة، فمع تحول هذا الفيروس إلى جائحة عالمية اجتاحت معظم دول العالم وأصابت حتى يوم 15 أوت 2020 ما يفوق 21 مليون شخص، وسجلت وفاة أكثر من 756 ألف شخص آخر.

كما خلفت آثار جد وخيمة على مستويات مختلفة اقتصادية واجتماعية في العالم، ولاسيما في الدول التي كانت تحركاتها الاحترازية متأخرة كإيطاليا والولايات المتحدة الأمريكية، على خلاف الدول التي كانت يقظة للخطر المحدق بها كجمهورية كوريا مثلاً.

حيث، وقبل تأكيد أي حالات إصابة بفيروس كورونا كوفيد-19 في جمهورية كوريا، بدأت إحدى شركات التكنولوجيا الحيوية في الاستعداد لعمل مجموعات اختبار لتحديد الفيروس وتحملها المسؤولية بشكل استباقي والاستجابة الفورية العملية للأوضاع، ما مكن جمهورية كوريا من الخروج من عين الإعصار والتحول من ضحية للفيروس إلى منقذ في وقت مبكر بفضل تليبيتها معظم طلبات أجهزة التشخيص الفيروسي ومنتجات التكنولوجيا الحيوية.

**1.1. إشكالية الدراسة:** تدور إشكالية الدراسة بالأساس حول الأهمية من رفع مستوى الوعي واليقظة الإستراتيجية الاقتصادية والاجتماعية في الشركات، خاصةً وأنها وبعد جائحة كورونا كوفيد-19 ستعيد حتماً اكتشاف رؤيتها وإستراتيجيتها بمنظور مختلف وأكثر وعي، وستتيقن بحقيقة أن الأخطار والأزمات قائمة في الخارج ولن تتوقف مدام الإنسان على وجه الأرض، والزمن لم ولن يتوقف بل هي من توقفت عن الإنتاج نتيجة ضعف استراتيجياتها واستشرفتها للمستقبل.

ففي حين شهدنا شركات تنهار وتسقط وتجمد أعمالها في ظل الجائحة العالمية كورونا كوفيد-19، شهدنا بالمقابل أيضاً شركات تتجح وتبرز أعمالها أكثر، ولاسيما بعض الشركات العالمية العاملة في مجال الكشف عن الأوبئة والمخاطر المرضية المعدية كشركة Seegene الكورية والتي استطاعت أن تستجيب اجتماعياً مع خطر الجائحة بشكل سريع جداً، ليتحدد مستقبلها لاحقاً بهذه الاستجابة الاجتماعية الناجحة فعلاً. فمن خلال ما سبق تتبلور معالم إشكالية دراستنا والتي يمكن صياغتها في السؤال المحوري التالي: كيف

- استطاعت شركة Seegene الكورية الاستجابة في وقت قياسي لمخاطر جائحة كورونا كوفيد-19 ضمن مسؤوليتها الاجتماعية؟. وللإجابة على التساؤل الرئيسي وبغيت تبسيطه تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:
- ما المقصود بإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات؟ وما علاقتها باليقظة الإستراتيجية؟
  - ما المقصود بجائحة كورونا كوفيد-19؟ وكيف شكلت خطراً وبائياً عالمياً؟
  - كيف تمكنت شركة Seegene الكورية من الاستجابة اجتماعياً في وقت قياسي لمخاطر جائحة كورونا كوفيد-19؟
  - ما أهم الاقتراحات التي تستنتج من الاستجابة الاجتماعية لشركة Seegene الكورية والتي من شأنها الارتقاء باليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات مستقبلاً؟
  - فرضيات الدراسة: في ضوء موضوع الدراسة واستجابة لمتطلبات تحقيق أهدافها يمكن صياغة الفرضيات التالية:
  - استجابة شركة Seegene الكورية اجتماعياً وفي وقت مبكر لمخاطر جائحة كورونا كوفيد-19 عن طريق تبنيتها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي؛
  - تمكنت شركة Seegene الكورية من الاستجابة اجتماعياً أثناء انتشار خطر جائحة كورونا كوفيد-19 عن طريق تبنيتها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي؛
  - تمكنت شركة Seegene الكورية من مواصلة الاستجابة اجتماعياً بعد انتشار خطر جائحة كورونا كوفيد-19 عالمياً عن طريق تبنيتها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي؛
- أهمية الدراسة: تكتسب الدراسة أهميتها من المرحلة الحساسة التي نعيشها اليوم جراء انتشار وباء عالمي خطير أثر على جميع الدول والشركات دون استثناء وزعزع من قدرتها على الصمود في بيئة أثبتت ترابطها الاجتماعي غير المحدود، والتي تحتم عليها اليوم وأكثر من أي وقت إعادة التفكير في بعض أساليبها الاستراتيجية لمواجهة هذه المخاطر الوبائية غير المتوقعة والمتأصلة والتي تظهر وتلاشى وتتحول وتضرب مرة أخرى، حيث تفرض هذه المخاطر على الشركات ضرورة تفعيل يقظتها الاستراتيجية والاستعداد الدائم للاستجابة لأي ظروف طارئة تفرضها بيئتها، والاستعداد لدمجها ضمن إستراتيجيتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لمواجهة الأخطار والأزمات التي تهدد بقائها واستمرارية نشاطها.
- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تسليط الضوء على الأدبيات النظرية المختلفة المتعلقة باليقظة الإستراتيجية وإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات؛

- الكشف عن نظام الإدارة والاستجابة لشركة Seegene الكورية الاجتماعية لمخاطر جائحة فيروس كورونا كوفيد-19 قبل وأثناء وبعد انتشارها وتقييم مدى نجاحها؛

- محاولة الكشف عن دور اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات في مواجهة المخاطر الوبائية؛

- إمكانية التوصل إلى مجموعة من النتائج التي يمكن من خلالها حث الشركات في الدول النامية على تبني

نظام اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات لتعزيز استجابتها الاجتماعية وإدارة المخاطر الوبائية لتذليل انعكاساتها السلبية عليها وعلى المجتمع ككل مستقبلاً؛

**منهج الدراسة:** تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال التطرق للأدبيات

النظرية المتعلقة بالموضوع لتحديد المقصود باليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ومن ثم

اللجوء إلى تحليل البيانات والمعطيات المستقاة من الشركة محل الدراسة.

**2. الإطار النظري للدراسة:** تناولت هذه الدراسة في جنبها النظري كل من مفهمي اليقظة الإستراتيجية والمسؤولية الاجتماعية للشركات والعلاقة بينهما:

**1.2. اليقظة الإستراتيجية:** تعرف اليقظة الإستراتيجية على أنها: "العملية المعلوماتية التي بواسطتها تضمن

الشركة الاستماع للإشارات المتوقعة خاصة الضعيفة منها، في بيئة تتمتع بالعديد من الفرص، وتعزوها العديد

من التهديدات" (بن علي، 2017، صفحة 21). أو بعبارة أخرى اليقظة الإستراتيجية هي ذلك "الإجراء

الجماعي المسمر خلال مجموعة أفراد التي تتولى جمع واستعمال المعلومات بشكل تطوعي واستباقي بما

يتمشى والتغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية وهذا من أجل خلق فرص أعمال والتخفيض من

مخاطر عدم اليقين" (علاوي، 2014، صفحة 165).

ويمكن تعريف اليقظة الإستراتيجية أيضاً على أنها "نشاط المنظمة لجمع البيانات وتحليلها عن بيئتها

الخارجية من أجل توفير المعلومات اللازمة لتمكين المنظمة من استغلال الفرص وتجنب التهديدات للحفاظ

على البقاء والنمو". ومن هنا يمكننا الرجوع إلى أهم الخصائص المستمدة من مفهوم اليقظة الإستراتيجية

والمتمثل في (Salman Dawood & Fakhri Abbas, 2018, p. 04):

- الإستراتيجية: تستخدم للإشارة إلى أن المعلومات التي توفرها اليقظة الإستراتيجية ليست ذات صلة بالعمليات الحالية والمتكررة، وتعنى بتقديم قرارات ذات طبيعة مستقبلية وتطور المنظمة في البيئة الاجتماعية والاقتصادية المتطورة.
- التنصت المسبق: طريقة مصممة لتوفير معلومات حول المستقبل ، بحيث يمكن اتخاذ القرارات التي تظهر النتائج على مدى عدة أشهر أو سنوات قادمة. لذلك، فإن معلومات التنبيه الإستراتيجي هي إشارات تحذير مبكرة، وليست توقعات مستمدة من الماضي.
- البيئة: مفهوم يتكون من عدة عناصر ذات تأثيرات مختلفة (العلاء، الموردين، المنافسين، القوانين، الحكومات).
- الإبداع: بالنظر إلى معلومات اليقظة الإستراتيجية التي تمثل إشارات الإنذار المبكر، فهي إشارة إلى مفهوم الإبداع، حيث أنها لا تصف الأحداث التي حدثت بالفعل، ولكن من خلالها يمكن صياغة فرضيات ورؤية ما قبل الإبداع. .
- الهدف الطوعي: بما أن هدف اليقظة الإستراتيجية إبداعي، فلا يمكن أن يقتصر على مجرد مراقبة البيئة ، بل يتطلب الإرادة لإجبار أعضاء المنظمة على تنشيط وفتح آذان وعينين جديتين من أجل التقاط استباقية معلومات.
- وقد اختلف الباحثون حول تصنيفات اليقظة الإستراتيجية غير أن التصنيف الذي اتفق عليه الكثير من الباحثين يبين أن اليقظة الإستراتيجية في الشركات تشمل على أربع أنواع هي (خوام محمود، 2017، صفحة 210) :
- اليقظة التجارية: مراقبة المجال التسويقي وكل ما يرتبط بالأنشطة التجارية والطرائق التسويقية، حيث تركز اهتمامها على أسواقها الأمامية والخلفية.
- اليقظة التكنولوجية: وهي النشاط الذي تراقب من خلاله المؤسسة البيئة العلمية والتكنولوجية المرتبطة بها.
- اليقظة التنافسية: وهي مجموعة الأنشطة التي تحدد بها المؤسسة منافسيها الحاليين أو المحتملين من الناحية الاقتصادية والمالية.

- **اليقظة البيئية:** والتي تعني المراقبة والالتزام بالتغيرات الاقتصادية والسياسية والقانونية والاجتماعية والثقافية واليقظة الجيوسياسية.

هذا، ويؤكد الباحث Asongu, J.J أنه واليوم وأكثر من أي وقت مضى، لا يعد الهواء الذي نتنفسه والماء الذي نشربه من القضايا البيئية فحسب بل هو من القضايا التجارية. لأن أعمال اليوم أصبحت ترتبط بالبيئة ارتباطاً وثيقاً، والشركات الناجحة تعرف ذلك. وهم يعملون ويتواصلون بانتظام مع الأفراد والمنظمات الأخرى في محيط العمل الذي يخدمونه لفهم احتياجاتهم وتلبيتها... ولتجنب اتخاذ خطوات يمكن أن يُنظر إليها على أنها تضر بهم بأي شكل من الأشكال (Asongu, 2007, p. 05). وهنا يبرز دور اليقظة الإستراتيجية في بناء رؤية الشركة وفق متغيرات البيئة الخاصة والعامة المحيطة بها الاقتصادية والسياسية وحتى الاجتماعية منها.

**2.1. المسؤولية والاستجابة الاجتماعية للشركات وفق منظور استراتيجي:** تعرف المسؤولية الاجتماعية بصفة عامة على أنها "شكل من أشكال الإدارة والتي تحدد العلاقة الأخلاقية وشفافية الشركة مع جميع أصحاب المصلحة الذين تربطهم علاقة بها، وكذلك وضع أهداف الشركة التي تتوافق والتنمية المستدامة للمجتمع والحفاظ على الموارد البيئية والثقافية للأجيال القادمة واحترام التنوع وتعزيز الحد من المشاكل الاجتماعية" (Filho, Wanderley, Gómez, & Farache, 2010). وبعبارة أخرى المسؤولية الاجتماعية للشركات التزام يتجاوز الالتزامات والقواعد القانونية، وهي تهدف إلى تعزيز دور الشركات في المجتمع ككيان اجتماعي وليس اقتصادي فقط (خلوفي و شريط، 2018، صفحة 85). من خلال الالتزام الأخلاقي للشركة بالجانب الاجتماعي والبيئي عند أدائها لنشاطاتها الاقتصادية، وذلك بالتنسيق الدائم مع أهداف التنمية المستدامة للمجتمع، والأخذ بعين الاعتبار تطلعات مختلف أصحاب المصالح (خلوفي و شريط، 2020، صفحة 127). وعليه المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مجموع البرامج والممارسات التي تتبناها الشركات، والتي تهدف إلى تعزيز التعاون المشترك بينها وبين أفراد المجتمع (خلوفي و شريط، 2019، صفحة 350).

في السنوات الأخيرة، حظيت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) باهتمام متزايد من طرف الباحثين ورجال الأعمال، وقد أسفرت هذه الحركة عن العديد من النتائج من أهمها الاعتقاد بأن جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات القوية تساهم في بشكل استراتيجي في تعزيز مجموعة متنوعة من تصورات أصحاب

المصلحة اتجاه الشركة (L, Becker-Olsen, Charles R, Ronald, & Goksel, 2011, p. 30). ولهذا يمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية للمنظمات إستراتيجية لأنها تدمج منظور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كلياً في إطار إستراتيجية المنظمة والتخطيط والعمليات الأساسية، بحيث يتم إدارة المنظمة في مصلحة مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة لتحسين القيمة على المدى المتوسط والطويل (Chandler, 2015, p. 126). ويرى البعض من المهتمين بممارسات المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال بأنها تقع في صميم إستراتيجيات المنظمة، وذات بعد إستراتيجي كونها تتميز بالخصائص التالية (العابد، 2014، صفحة 94):

- المركزية: بمعنى أن القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية تؤخذ في المستويات العليا من الإدارة، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف العليا للمنظمة.
- الخصوصية (الملاءمة): ما تقوم به المنظمة يعطيها قدرة تنافسية.
- الاستشراف (وضوح الرؤية): سلوك المنظمة وقراراتها لها بعد ورؤية مستقبلية للنتائج وردود الفعل المتوقعة لمختلف المجموعات الضاغطة.
- الإرادة الطوعية: المنظمة يكون سلوكها الاجتماعي نابع من قناعتها بهذا الدور، وهنا يمكن أن تظهر في أنشطة الكفالة والرعاية.
- الشفافية (الاستباقية): بمعنى أن نشاط المنظمة بخصوص مسؤوليتها الاجتماعية يمر عبر مختلف قنوات الاتصال، بحيث تنشر المنظمة تقارير عن أنشطتها ويسهل على المجموعات الضاغطة التعرف على ما تقوم به المنظمة بشأن ما يخصهم، أي ابتعاد المنظمة عن التكتم والتستر.

هذا، وقد جاء في دراسة لـ محمد جصاص (2017)، أنه ونظراً للطبيعة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، وكونها حالياً ضمن ما يسمى (CSR 2.0) أي أنها ضمن الحمض النووي لمكونات الشركات ومواردها، فلم يعد التساؤل حول نجاعة تطبيقاتها أو أثرها على أداء الشركة، بل أصبح حول تفاديها لأية ردود فعل سلبية من طرف أصحاب المصلحة، وباعتبار الشركة شخصية معنوية يؤثر نشاطها في المجتمع الذي تنتمي إليه، فإن وظيفتها بمفهوم المواطنة عليها أن تحقق المنفعة لأصحابها والعاملين فيها ومن تتعامل معهم، كما أن نشاطها لا يجب أن يؤثر سلباً عليهم، فرغم أن الشركة اقتصادياً تسعى لتعظيم الربح، فاعتبارها كياناً اجتماعياً يجعلها مطالبة بالتضحية بجزء من الأرباح في شكل استثمارات اجتماعية مباشرة وغير مباشرة لتحقيق منفعة لأصحاب المصلحة، لأن ارتكابها لأي خطأ من شأنه أن يضر بمصلحة أصحاب

المصلحة وسيسلط عليها العقاب سواء من طرف القانون أو بواسطة رد فعل المجتمع (جصاص، 2017،  
الصفحات 383-384).

والاستجابة الاجتماعية هي في الأصل مصطلح شاع استخدامه في السنوات الأخيرة للإشارة إلى الأفعال  
التي تتجاوز الالتزام الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي للمؤسسة، بمعنى أن السلوكيات المسؤولة اجتماعياً  
توقعية أو وقائية أكثر منها تفاعلية ومجردة (Ivancevich, Lorenzi, & Steven J, 1997, p. 81). ويرى  
بعض الباحثين أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية هي استجابة لتوقعات المجتمع (أوبكر،  
2011، صفحة 74). في حين يرى البعض الآخر أن هناك فرق كبير بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة  
الاجتماعية، حيث تستند المسؤولية الاجتماعية إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على النهايات من الأهداف بشكل  
التزامات بعيدة المدى، في حين أن الاستجابة الاجتماعية ماهي إلا الرد العملي بوسائل مختلفة على ما يجري  
من تغييرات وأحداث اجتماعية على المدى المتوسط والقريب (غلاي، 2015، صفحة 83).

الجدير بالذكر هنا، أن هناك فئة ثالثة ترى عكس هذا، ويبرر أصحابها ذلك بأن الاستجابة الاجتماعية  
تشير إلى التصرفات التي تتعدى مجرد تحقيق التزام اجتماعي أو رد فعل اجتماعي، إلى النمط الحديث  
للمسؤولية الاجتماعية المتمثل في الاستجابة الاجتماعية الإيجابية، التي تجعل المؤسسة ذات حس اجتماعي  
توقعي وقائي، من خلال الاستجابة الاجتماعية الإيجابية وبشكل طوعي للمشاركة في معالجة المشكلات  
الاجتماعية، وهي بذلك تجسد المعنى الشامل والأوسع للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (سعيدان، 2017،  
صفحة 30)، وتتميز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الاقتصادية عن الاستجابة الاجتماعية وغيرها من  
المفاهيم المشابهة في الأساس بأنها (Pierre Segal, Sobczak, & Emmanuel Triomphe, 2003, p. 02):

- طوعية: فهي تتجاوز الالتزامات القانونية المفروضة على المؤسسة.
  - إلزامية الاستدامة: إنها التزام مستدام في ظل شكل جديد من حوكمة المؤسسات.
  - شاملة: وفقاً لأساليب غير محددة، ولأصحاب المصالح دون استثناء.
  - شفافة: بحيث يجب أن ترافق الشفافية برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ولا يكفي القول والإعلان  
عنها بل من الضروري إثبات هذه البرامج على أرض الواقع.
3. الإطار التطبيقي للدراسة: بعد التطرق لمختلف المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة بشكل مختصر،  
سننتقل في هذا الجزء إلى عرض منهجية الدراسة ونتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات، وذلك وفق  
العناصر التالية:

### 1.3. الطريقة والأدوات: تتمثل فيما يلي:

#### 1.1.3. حدود الدراسة: تتمثل في:



- الحدود الزمنية: تغطي هذه الدراسة الفترة الزمنية الممتدة من شهر ديسمبر 2019 إلى منتصف شهر أوت من سنة 2020.

- الحدود المكانية: تمس الدراسة التطبيقية إحدى أهم القطاعات على مستوى اقتصاديات الدول وهو قطاع التكنولوجيات، حيث سنخصص الدراسة حول صناعة تطوير تقنيات التشخيص والتحليل، وبالتحديد دراسة حالة شركة Seegene الكورية.

**2.1.3. الطريقة والأدوات المستخدمة:** تم إجراء هذه الدراسة على شركة Seegene الكورية، حيث اعتمدنا في تقييم مدى اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركة قبل انتشار جائحة كوفيد-19 وأثناء وبعد انتشارها. على مختلف الخطوات والإجراءات الإدارية المتخذة من قبل إدارة الشركة للاستجابة للأوضاع الراهنة.

**3.1.2. تقديم عام لشركة Seegene الكورية:** أسسها (Chun Jong-yoon) سنة 2000، وهي مشروع بـ 300 مليون وون كوري من تمويل عمه، وهو مشروع مستوحى من حياته المهنية كأستاذ علم الأحياء في جامعة Womans Ewha في سيول بجمهورية كوريا، وهو حاصل على دكتوراه في علم الحياة من جامعة تينيسي، وحاصل على زمالات ما بعد الدكتوراه من جامعة هارفارد وجامعة كاليفورنيا. ويعزو (Chun Jong-yoon) تفانيه في هذا المجال إلى معركته عندما كان مرافقاً مصاباً بمرض السل، وتم تشخيص حالته بعد فترة وجيزة من تخرجه من المدرسة الإعدادية، ليتم إعادة توجيهه لمؤسسة التأهيل لمدة خمس سنوات حيث كان غير قادر على الالتحاق بالمدرسة الثانوية (Forbes & Forbes, 2020).

ليصبح اليوم مدير ومؤسس شركة Seegene الرائدة عالمياً في تطوير التقنيات الجزيئية متعددة الإرسال والتشخيص الجزيئي السريبي المتعدد (M-MoDx)، وتقنيات التمكين الأساسية لـ (Seegene - DPO™) و (TOCE™) و (MuDT™) وهي التقنيات الأساسية لاختبارات (M-MoDx) والتي يمكنها في نفس الوقت الكشف عن أهداف متعددة بحساسية عالية وخصوصية وقابلية للتكرار.

وتكتشف منتجات Seegene مسببات الأمراض المتعددة بموثوقية وإنتاجية كبيرة، مما يوفر في النهاية الأساس الأكثر اقتصاداً لتوفير الوقت والعمالة والتكلفة، ومهمة شركة Seegene هي الحفاظ على القيادة في التشخيص الجزيئي للأمراض المعدية، علم الوراثة، علم الوراثة الدوائية وعلم الأورام باستخدام تقنيات

مبتكرة مسجلة الملكية (Bongho & Kwak, 2020). وقد مرت شركة Seegene بعدة محطات تاريخية منذ تأسيسها سنة 2000 نوجزها فيما يلي (Seegene Inc, 2019, pp. 12-13):

- 2000: تأسست شركة Seegene في سيول، جمهورية كوريا.
- 2010: تم إدراج الشركة في بورصة كوسداك، وحصلت على جائزة الرئيس للابتكار التكنولوجي الكورية (SMBA). وتم إنشاء مكتب لها في ألمانيا.
- 2011: طورت تقنية (TOCE™) وحصلت على شهادة (KGMP (MFDS).
- 2014: طورت تقنية (MuDT™)، وأسست شركة تابعة لها في الإمارات العربية المتحدة. وشركة أخرى في إيطاليا.
- 2015: منحت لها جائزة أفضل شركة تشخيصات في المختبر في جمهورية كوريا لسنة 2015 (فروست أند سوليفان). وأسست شركة تابعة لها في الولايات المتحدة الأمريكية، وأخرى في كندا.
- 2016: أسست شركة تابعة لها في المكسيك (Diagnostics Biodist-Seegene)، كمشروع مشترك مع (Biodist Group)، وأطلقت نظام تميم (SG Oligo)، وحصلت على جائزة أفضل شركة تشخيصات في المختبر الكوري 2016.
- 2017: أسست شركة تابعة لها في ألمانيا (Seegene Germany GmbH)، وطورت تكنولوجيا برمجيات التطبيق الجديدة للتشخيص الجزيئي.
- 2018: كشفت عن أول تطوير ناجح لكواشف التشخيص الجزيئي باستخدام (SGDDS). كل هذا التاريخ الحافل بالإنجازات جعل منها شركة عالمية بامتياز، حيث أنشأت شركة Seegene شبكات مبيعات عالمية تغطي أكثر من 60 دولة حول العالم، و6 شركات فرعية خارجية في أمريكا الشمالية والجنوبية وأوروبا والشرق الأوسط التي تقود وتدعم عمليات Seegene التجارية العالمية. حيث كانت تطلعها الرئيس في جميع هذه الفروع وشبكات المبيعات أن تسعى الشركة جاهدة لإرضاء العملاء في جميع هذه المناطق من خلال الاستماع والاستجابة لاحتياجاتهم بحماس في الوقت المناسب. والجدول أدناه يبين مختلف فروع شركة Seegene لغاية سنة 2020:

#### الجدول رقم (01): فروع شركة Seegene الكورية

شركة Seegene الأم في جمهورية كوريا		
إسم الفرع	تاريخ الانشاء	البلد

ألمانيا	جويلية 2016	Seegene GmbH
الولايات المتحدة الأمريكية	أفريل 2015	Seegene TECHNOLOGIES Inc
كندا	جويلية 2016	Seegene CANADA Inc
الشرق الأوسط (الإمارات)	أكتوبر 2014	Seegene MIDDLE EAST
المكسيك	أفريل 2016	Seegene Mexico
إيطاليا	جوان 2014	Arrow Diagnostics S.r.l
البرازيل	جوان 2019	Seegene Diagnosticos LTDA

Source: (Seegene, 2020)

أما فيما يتعلق بتطور أهم المؤشرات والأرقام الاقتصادية عن شركة Seegene، فيمكن إيجاز بعضها في النقاط التالية:

### الجدول رقم (02): تطور بعض الأرقام عن شركة خلال الفترة (2017-2019)

الوحدة: وون كوري

السنوات	2017	2018	2019
إجمالي رأس المال	156.753.936	163.806.004	195.715.540
المبيعات	88.919.576	102.264.773	121.953.287
صافي الدخل	3.310.345	10.711.351	26.709.828

Source: (Seegene, 2020)

لعل أهم ما يمكن ذكره عن أداء شركة Seegene الاقتصادي من خلال الجدول أعلاه أنها قد حققت مبيعات بلغت تقريباً 122 مليون وون كوري نهاية 2019، حيث شكلت الصادرات أكثر من 82% من أجماليها وفقاً لبيانها المالي (4Q19 Results)، وهذا رقم كبير جداً عكس تحقيقها لـ ما يفوق 26 مليون وون كوري كأرباح صافية خلال نفس السنة. وتضاعف سهم الشركة ليصل إلى 88100 وون كوري في سنة 2019 وتبلغ القيمة السوقية للشركة ما يقرب من 2 مليار دولار.

### 2.3. الاستجابة الاجتماعية لشركة Seegene الكورية في مواجهة جائحة فيروس كورونا كوفيد-19:

قبل أن يتم تسمية الفيروس الذي أجتاح الصين في نهاية ديسمبر 2019 بـ كوفيد-19 وقبل أربعة أيام من تأكيد كوريا الجنوبية حالتها الأولى دقت شركة Seegene الكورية ناقوس الخطر للبدء في التركيز على الفيروس، حيث كثفت من مجهودها لإنتاج واختراع أجهزة الكشف المتطورة عن الفيروس التاجي المستجد، وفيما يلي سنحاول تحليل وعرض استجابة الشركة قبل وأثناء وبعد انتشار جائحة كورونا كوفيد-19:

### 1.2.3. اليقظة الإستراتيجية الإستباقية اتجاه الخطر الوبائي لجائحة كورونا كوفيد-19 في شركة Seegene:

في 31 ديسمبر 2019، وصل أول خبر إلى جمهورية كوريا عن مجموعة من الإصابات بفيروس كورونا مستجد في ووهان الصينية، وكان الرئيس التنفيذي لشركة Seegene، (Chun Jong-yoon) البالغ من العمر 63 سنة، يتوقع بالفعل الأسوأ، وكان توقعه لخطر تفشي المرض عالمياً مرتفعاً. حيث أمر (Chun Jong-yoon) بالتوقف على الفور عن جميع الأعمال الأخرى في شركته الأم Seegene للتكنولوجيا الحيوية والتي يقع مقرها بسيول، وأمر باحثه الرئيسي وطاقمه بالتركيز بالكامل على إنتاج مجموعة تشخيص لـ كوفيد-19. ويقول (Chun Jong-yoon) في هذا الصدد أنه: "يجب أن تكون التنمية سريعة جداً قبل أن يصبح الوضع أكثر خطورة، كان علينا أن نكون مستعدين" (Forbes & Forbes, 2020).

وبدأت شركة Seegene الكورية المختصة في التشخيص في تطوير مجموعة أدوات اختبار فيروس كورونا COVD-19 وفق استثمارات ضخمة، قال عنها مدير علاقات المستثمرين (بارك يو هان) بأنها: "استثماراً مغامراً للشركة للبدء في تطوير مجموعة الاختبار، حيث لم تكن متأكدين من مدى انتشار الفيروس في ذلك الوقت - اعتقدنا أننا بحاجة إلى المساهمة في المجتمع" (Hejin, Sohee, & Chaire, 2020).

وقد كان لهذه الاستثمارات انا ذلك تأثير مباشر على انخفاض سهم الشركة بشكل طفيف في البورصة بعد ارتفاعه في السنة الماضية (2019)، وهذا كان وسط توقعات بنمو مبيعات خلال فترة لاحقة.

وفي غضون أسبوعين، طورت شركة Seegene اختباره (Allplex 2019-nCoV). حيث قال رئيسها التنفيذي "حتى لو لم يطلب منا أحد ذلك، فنحن شركة للتشخيص الجزيئي وعلينا الاستعداد مسبقاً".

وفي 27 جانفي، وبعد أول حالة مؤكدة في كوريا الجنوبية، تلقى (Chun Jong-yoon) الرئيس التنفيذي للشركة مكالمة عاجلة من المراكز الكورية لمكافحة الأمراض والوقاية منها (KCDC)، طلبت من خلاله الوكالة مجموعة أدوات الاختبار للمراجعة وسرعان ما علمت أن عملية تطوير الكواشف لشركة Seegene تتماشى بشكل وثيق مع إرشادات KCDC.

في 12 فيفري وافقت KCDC على استخدام مجموعة Seegene (عادة ما تستغرق مثل هذه الموافقة ستة أشهر على الأقل)، كما أعطت السلطات الصحية الأوروبية الموافقة قبل خمسة أيام فقط. ويقول (Chun

(Jong-yoon) في هذا الصدد: "لقد كانت مسألة عاجلة، لذا كان من المهم الاستجابة بسرعة. حقيقة أن KCDC وافقت على هذا في أسبوعين كان غير مسبوق" (Forbes & Forbes, 2020).

### 2.2.3. الاستجابة الاجتماعية السريعة أثناء انتشار الخطر الوبائي لجائحة كورونا كوفيد-19 في شركة Seegene الكورية:

بعد شهرين فقط من إعلان الصين عن ظهور فيروس كورونا كوفيد-19، أصبحت كوريا الجنوبية من بين الدول الأكثر تضرراً في العالم، حيث أصيب أكثر من 7800 شخص، وأكثر من 60 حالة وفاة. لكن أحد الأسباب التي تجعل كوريا الجنوبية لديها عدد أكبر من الإصابات مقارنة بالدول الأخرى هو نهجها المكثف في الاختبار التشخيصي. فبينما تكافح بعض الدول للحصول على مجموعات اختبار كافية لتشخيص المرضى المشتبه بهم، قدمت كوريا الجنوبية وصولاً مجانيًا وسهلاً للاختبار لأي شخص يرى الطبيب أنه يحتاج إليه. حيث أعلن مركز (KCDC) عن توفير 118 منشأة يمكنها الاختبار. وحتى أنها أطلقت مرافق متنقلة لاختبار الفيروس التاجي، وحسب المختصين يعد الكشف عن المرضى في مرحلة مبكرة أمر مهم للغاية، وبهذه التشخيصات المكثفة استطاعت جمهورية كوريا أن تحمي حرية الأشخاص الذين يتنقلون ويسافرون، وقد استخدمت شركة Seegene كمبيوترها الفائق - بدلاً من عمل فريق البحث والتطوير يدويًا لتصميم الاختبار.

وبعدما رفعت حالة التأهب للمخاطر في البلاد إلى أعلى مستوى اتخذ المدير التنفيذي للشركة قرارًا سريعًا بالتخلي عن جميع الأعمال الأخرى والتركيز على صنع مجموعات اختبار فيروس كورونا. توقف إنتاج 50 منتجًا أو أكثر من منتجات الشركة مؤقتًا لمدة أسبوعين قصد توجيه 395 من موظفيه للعمل على هذا، وقال "عملية الطوارئ تعني كل الأقسام عليك تغيير وظيفتك". وأن "تركز جميع فرقنا على تطوير منتجات فيروس كورونا. وهذا يعني أن علماء الأحياء الجزيئية الدقيقة الحاصلين على درجة الدكتوراه قد اضطروا إلى التخلي عن البحث والتطوير لشغل مقعد في خط التجميع. قال "نوه سي وون"، المدير التنفيذي لإستراتيجية الشركة: "في بعض الأحيان يقوم (كبار العلماء) بتغليف المنتج. لا يهم كيف يتعلمون، لا يهم لأننا مجانيين هنا." وقد واجهت الشركة طلب دوليًا متزايد من حوالي 30 دولة بما في ذلك إيطاليا وألمانيا، حيث تكافح الشركة بكل قدراتها لتلبية الطلب. وتنتج الشركة حوالي 15000 مجموعة في الأسبوع، ويمكن لكل مجموعة اختبار 100 مريض، لذلك فهي تكفي لاختبار مليون ونصف مليون مريض كل أسبوع، وقال

المدير التنفيذي لاستراتيجية الشركة، "إنها المرة الأولى التي يرى فيها الشركة تصنع بهذا الحجم. وقال مديرها التنفيذي إنه: من المهم للشركة أن تستمر في صنع مجموعات اختبار فيروس كورونا - والحاجة تتجاوز المكاسب المالية" (Watson, Jeong, Hollingsworth, & Booth, 2020). هذا، وتعاونت شركة Seegene أيضاً مع شركة Seegene Medical Foundation (SMF) التابعة لها، ليصل إنتاجها إلى 15000 وحدة يومياً، لمساعدة البلدان التي تحتاج إلى اختبار الفيروس بشكل أسرع وفي حالة طوارئ SMF جاهز للإبلاغ عن نتيجة الاختبار في غضون 24 ساعة عند وصول العينات من الخارج مع استمرار جائحة كوفيد-19 (Seegene Inc, 2020).

### 3.2.3. نتائج الاستجابة السريعة لخطر جائحة كوفيد-19 على شركة Seegene الكورية:

عندما بدأت شركة Seegene في تطوير مجموعة أدوات اختبار فيروس كورونا في أواخر جانفي، كانت الشركة غير متأكدة من الطلب المحتمل حيث كان هناك عدد قليل من الحالات المؤكدة في البلاد في تلك المرحلة. واليوم وبعد تأكد الملايين من الإصابات ارتفعت أسهم Seegene بنسبة 89% عن سنة 2019. وتسعى شركة Seegene جاهدة لمواجهة ارتفاع حاد في الطلب على مجموعات الاختبار الخاصة بها، خاصتاً في إيطاليا وإسبانيا، حيث تكافح إيطاليا ودول أخرى والتي يبلغ عدد سكانها أكثر من 100 مليون نسمة للحصول على طلباتها من الشركة، ودفعت زيادة الطلبات على منتجاتها إلى زيادة الإنتاج من أجل الصادرات إلى 25% من الإجمالي.

وعلى الرغم من مكاسب أسعار الأسهم وثروته المتزايدة، حذر (Chun Jong-yoon) من أن الشركة مشغولة جداً في إنتاج مجموعات اختبار فيروس كورونا التي تضر بأجزاء أخرى من أعمالها. وقال: "قد يعتقد الناس أننا نقطع استراحة كبيرة من الوضع الحالي، لكن الشركة في الواقع في مأزق لأننا توقفنا عن تطوير وتصنيع منتجات أخرى" (Yoojung & Heejin, 2020).

ونظراً لتزايد القلق العالمي بشأن الانتشار السريع لـ كوفيد-19، يطالب السوق بحل تشخيصي أكثر دقة وسرعة للحد من الانتشار العالمي لهذا الفيروس غير المسبوق، حيث تلقت الشركة نهاية شهر افريل 2020 طلب 45 دولة للحصول على منتجاتها. (Joohee & Hakyung Kate, 2020) وقد قدمت الشركة الام Seegene للكثير من دول العالم المتضررة من الجائحة أجهزة تشخيص جد متطورة لفيروس كورونا كوفيد-19، وعقدت الشركة عدة اتفاقيات في هذا الشأن من أهمها:

- اتفاقية مع مقاطعة لوس أنجلوس الأمريكية لتصدير 20 ألف كاشف تشخيصي (Kim Min-ji, 2020).  
- أعلنت شركة Seegene عن تصدير 10 ملايين اختبار لمجموعات اختبار كوفيد-19 إلى منظمة الصحة الأمريكية من خلال الشركة البرازيلية الفرعية Seegene do Brasil Diagnosticos Ltda.  
- تقديم 5 ملايين اختبار لمقايضة Allplex™ 2019-nCOV إلى البرازيل.  
وعلى العموم قامت شركة Seegene بالفعل بتصدير 20 مليون اختبار لفحوصات كوفيد-19 إلى أكثر من 60 دولة لغاية نهاية شهر أبريل، وتعمل على تكثيف الإنتاج بسرعة لتلبية الطلب المتزايد في جميع أنحاء العالم (Seegene Inc, 2020).

ويؤكد حجم الصادرات الكبير بشكل غير مسبوق على الزيادة الهائلة في الطلب على منتج Seegene's كوفيد-19 في جميع أنحاء العالم ويوضح أن نظام الاختبار عالي الحجم لديها يكتسب شهرة عالمية".  
ويتم اليوم استخدام اختبار Seegene في أكثر من 54 دولة كمعيار عالمي لاختبار SARS-CoV-2، بما في ذلك البلدان التي لديها أكثر الاختبارات نشاطاً مثل إيطاليا وإسبانيا وفرنسا وألمانيا والعديد من البلدان الأخرى. وكان الاعتماد الفوري لمقايضة Seegene في العديد من البلدان ممكناً نظراً لشبكة مختبراتها الواسعة في جميع أنحاء العالم وسمعتها الراسخة بكونها المطور الرائد لاختبار الأمراض المتلازمة بأوسع قائمة اختبار في العالم (James, 2020).

**3.3. مناقشة النتائج واختبار الفرضيات:** إن محاولة تقييم مدى نجاعة اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية في شركة Seegene لمواجهة خطر جائحة فيروس كورونا كوفيد-19 خلصت إلى مجموعة من النتائج التي تدل على أن الشركة تدرك فعلاً مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتبنائه وفق منظور استراتيجي يقظ، باعتبارها التزام من الشركة اتجاه المجتمع، حيث سمح قرار شركة Seegene الاستباقي بتطوير مجموعة اختبار كوفيد-19 وتطوير الفحص السريع باستخدام نظام البيانات الضخمة المستند إلى الذكاء الاصطناعي والاستثمار في هذا المجال قبل التأكد من أن الفيروس سيتحول إلى جائحة عالمية، وهذا ما يؤكد صحة فرضيتنا الأولى والتي جاءت على أساس أن استجابة شركة Seegene الكورية اجتماعياً لمخاطر جائحة كورونا كوفيد-19 كانت في وقت مبكر، وعن طريق تبنيها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي.  
وتدل أيضاً نتائج التقييم على أن شركة Seegene وبعدها رفعت حالة التأهب للمخاطر في جمهورية كوريا إلى أعلى مستوى اتخذ المدير التنفيذي للشركة قراراً سريعاً بالتخلي عن جميع الأعمال الأخرى

والتركيز على صنع مجموعات اختبار فيروس كورونا. حيث توقف إنتاج 50 منتجًا أو أكثر من منتجات الشركة الأخرى مؤقتًا لمدة أسبوعين. لتوجيه 395 من موظفيه للعمل على هذا الهدف، وقد واجهت الشركة طلب دوليًا متزايد أنا ذاك من حوالي 30 دولة - واستطاعت في وقت قياسي أن تصل إلي إنتاج حوالي 15000 مجموعة في الأسبوع ويمكن لكل مجموعة اختبار 100 مريض. لذلك فهي تكفي لاختبار مليون ونصف مريض كل أسبوع، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية والتي تنص على أن شركة Seegene الكورية تمكنت من الاستجابة اجتماعيًا أثناء انتشار خطر جائحة كورونا كوفيد-19 عن طريق تبنيتها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي.

كما يستمر الطلب على مقايسة Seegene في الارتفاع حيث اكتسبت سمعة طيبة لجودتها العالية وكفاءتها، ويتميز الاختبار الذي قدمته الشركة بميزة فريدة وهي تحدد 3 جينات مستهدفة مختلفة (جينات E & N&RdRP) في أنبوب تفاعل واحد باستخدام تقنيات كيميائية متعددة الإرسال الخاصة به، والتي تتيح الحصول على نتائج دقيقة للغاية وتعظيم الإنتاجية للاختبارات ذات الحجم الكبير بالاقتران مع نظامها الآلي والبرامج المتقدمة، حيث أثبت اختبار Seegene عالميًا فعاليته في الاختبارات ذات الحجم الكبير والتي تعد المكون الرئيسي في التحكم في حالات تفشي المرض. وتصدر شركة Seegene حاليًا أكثر من 20 ملايين اختبار أسبوعيًا، وستواصل زيادة إنتاجها لتلبية الطلب غير الملبي والمتزايد من جميع أنحاء العالم. وهذا ما يؤكد صحة فرضيتنا الثالثة والتي جاءت على أساس تمكن شركة Seegene الكورية من مواصلة الاستجابة اجتماعيًا وبعد انتشار خطر جائحة كورونا كوفيد-19 عالميًا عن طريق تبنيتها لنظام إدارة مخاطر اجتماعي يقظ واستراتيجي سمح بتلبية الطلب الاستثنائي على منتجات الشركة.

#### 4. الخاتمة:

جاءت هاته الدراسة لتسلط الضوء على مساهمة اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية في الشركات في مواجهة الأخطار الكبرى الوبائية، في جانبها الاجتماعي الاستباقي، من خلال عرض وتحليل حالة شركة نجحت اليوم في مواجهة خطر جائحة كورونا كوفيد-19 والمتمثلة في الشركة العالمية Seegene الكورية، ومن خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة واختبار صحة الفرضيات توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

1.4. النتائج: بناء على كل ما سبق توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:



- اليقظة في الشركات هي من إحدى أهم العوامل الرئيسية للوصول إلى شركة إستراتيجية تعمل على توفير حالة من الاستقرار والثبات الاقتصادي والاجتماعي، وهو ما يعزز المرونة في العمل لإضافة الإبداع والتميز والريادة في مجال الأعمال، وهو ما عملت عليه شركة Seegene باستثمارها في تقنيات الكشف والتحليل عن فيروس كوفيد-19 في بداية ظهوره المبكرة في ووهان الصينية.

- من أهم ما تحققه اليقظة الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات استباق المؤشرات الاجتماعية لاقتناص الفرص والاستثمار، ومن ثم السيطرة على مجريات السوق واكتساب القدرة على التفاعل في الوقت المناسب لضمان تمرکز أفضل بين المنافسين. فشركة Seegene الكورية حققت نجاحاً باهراً أثناء وبعد انتشار جائحة كورونا كوفيد-19 لأن نظرتها كانت إستباقية للأوضاع المحيطة بها، واستثمارها الاجتماعي كان نتيجة يقظة إستراتيجية اجتماعية بالدرجة الأولى.

#### 2.4. التوصيات: في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصي الدراسة بـ:

- ضرورة تفعيل اليقظة الإستراتيجية في الشركات العاملة في مختلف المجالات من خلال دمج آلياتها كالتحليل الرباعي، لتحليل متغيراتها البيئية الخاصة وتحديد نقاط الضعف ومعالجتها، وتحديد نقاط القوة وتدعيمها، وكذا تحليل متغيرات البيئة العامة واكتشاف الفرص المستقبلية واستغلاله، واكتشاف التهديدات والمخاطر والاحتياط لها.

- إعطاء الجانب الاجتماعي في يقظة الشركة حيز مهم في صياغة إستراتيجية الشركة، من خلال بني مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية المرنة، والتي تمكن الشركة أو المؤسسة من الاستجابة بشكل سريع لتغيرات البيئة التي قد تفاجأ الأعمال في أي وقت.

- التركيز على الاستثمارات الاجتماعية من خلال التفاعل الدائم مع متطلبات وتوقعات ورغبات المجتمع المتجددة والعمل على تجسيدها علمياً وعملياً، مع التأكيد على الاستباقية في ذلك.

#### 5. المراجع والهوامش:

##### 1.5. المراجع والهوامش باللغة العربية:

1. أمينة بن علي. (2017). دور اليقظة الاستراتيجية في خلق ميزة تنافسية في السوق المستهدف لمؤسسة تيلكوم الجزائر. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية ، 10 (01).
2. رشيد سعيدان. (2017). واقع المسؤولية الاجتماعية للمستشفيات -دراسة تطبيقية لعينة من مستشفيات الجنوب الغربي ولاية بشار. أطروحة دكتوراه تخصص تسيير، جامعة أبي بكر بلقايد . تلمسان، الجزائر.

3. زيد خوام محمود. (2017). اليقظة الإستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي: بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية* ، 23 (96).
4. سفيان خلوفي، و كمال شريط. (2019). المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في قطاع الصناعة الغذائية بالمملكة العربية السعودية - دراسة حالة شركة المراعي، الرياض، المملكة العربية السعودية. *مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية* ، 10 (03)، 361-345.
5. سفيان خلوفي، و كمال شريط. (2018). المسؤولية الاجتماعية للشركات كألية لضمان نجاح برامج حماية البيئة في الجزائر. *مجلة الاقتصاد والبيئة* ، 01 (01)، 82-100.
6. سفيان خلوفي، و كمال شريط. (2020). منظمات الأعمال الجزائرية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم\_دراسة استكشافية. *مجلة التنمية الاقتصادية* ، 05 (01)، 141-125.
7. لزه العابد. (2014). التعلم من أزمة المسؤولية الاجتماعية - حالة شركة NIKE. *مجلة الدراسات الاقتصادية* ، 01 (01).
8. محمد جصاص. (2017). المسؤولية الاجتماعية ضمن نظم إدارة المخاطر للشركات. *مجلة معارف* ، 12 (23).
9. مصطفى محمود أبوبكر. (2011). أخلاقيات وقيم العمل في المنظمات المعاصرة. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
10. نسيمة غلاي. (2015). الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات - دراسة حالة بعض مؤسسات تلمسان. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص حوكمة الشركات . تلمسان، الجزائر، جامعة أبي بكر بلقايد.
11. نصيرة علاوي. (2014). اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة. *مجلة الباحث الاقتصادي* ، 02 (02).

## 2.5. المراجع والهوامش باللغة العربية

12. Asongu, J. (2007). Innovation as an Argument for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business and Public Policy* , 01 (03).
13. Bongho, K., & Kwak, M. (2020, Feb 18). *Seegene launches KFDA Approved COVID-19 Assay*. Retrieved 08 14, 2020, from seegene: [http://www.seegene.com/press\\_release/seegene\\_launches\\_kfda\\_approved\\_covid\\_19\\_assay\\_2020](http://www.seegene.com/press_release/seegene_launches_kfda_approved_covid_19_assay_2020)
14. Chandler, D. (2015). Corporate Social Responsibility: A Strategic Perspective. *First edition* . Education Collection: Printed in the United States of America.
15. Filho, J. M., Wanderley, L. S., Gómez, C. P., & Farache, F. (2010, Septembre). Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage. *Brazilian Administration Review* , 7 (3), p. 296.
16. Forbes, G., & Forbes, A. (2020, Apr 05). *How One Firm's Covid-19 Tests Help Control The Virus In South Korea*. Retrieved 08 16, 2020, from forbes: <https://www.forbes.com/sites/forbesasia/2020/04/05/how-one-firms-covid-19-tests-help-control-the-virus-in-south-korea/#6f333b0f5bff>

17. Hejin, K., Sohee, K., & Chaire, C. (2020, mars 04). *Virus Testing Blitz Appears to Keep Korea Death Rate Low*. Retrieved 08 20, 2020, from Bloomberg Businessweek: <https://www.bloomberg.com/businessweek>
18. Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., & Steven J, S. (1997). *Management Quality and Competitiveness*. McGraw-Hill/Irwin . Chicago: Irwin.
19. James, Y. (2020, Apr 13). *Seegene Receives Health Canada Approval for its COVID-19 Assay*. Retrieved 10 17, 2020, from Seegene: <https://abcnews.go.com/International/south-koreas-coronavirus-test-makers-high-demand/story?id=69958217>
20. Joohee, C., & Hakyung Kate, L. (2020, Apri 04). *South Korea's coronavirus test makers in high demandSeoul has set up a task force to keep up with the surge in requests*. Retrieved 10 17, 2020, from abcnews: <https://abcnews.go.com/International/south-koreas-coronavirus-test-makers-high-demand/story?id=69958217>
21. Kim Min-ji, S. (2020, 03 26). *Korea to facilitate exports of COVID-19 diagnostic reagents: Moon*. Retrieved 10 17, 2020, from Arirang News: [http://www.arirang.com/News/News\\_View.asp?nSeq=254993](http://www.arirang.com/News/News_View.asp?nSeq=254993)
22. L, K., Becker-Olsen, Charles R, T., Ronald, P. H., & Goksel, Y. (2011). A Cross-Cultural Examination of Corporate Social Responsibility Marketing Communications in Mexicoand the United States: Strategies forGlobal Brands. *Journal of International Marketing* , 19 (02).
23. Pierre Segal, J., Sobczak, A., & Emmanuel Triomphe, C. (2003). *La responsabilité sociale des entreprises et les conditions de travail*. Dublin: *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions* . Dublin, Ireland.
24. Salman Dawood, F., & Fakhri Abbas, A. (2018). The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks. *European Journal of Business and Management* , 10 (21).
25. Seegene Inc. (2019). *Our History, report 2019*.
26. Seegene Inc. (2020, Apr 20). *Seegene exported 10 Million COVID-19 Diagnostic Tests to Over 60 countries*. Retrieved 08 14, 2020, from PR Newswire ABC News: [http://www.seegene.com/press\\_release/seegene\\_exported\\_10\\_million\\_covid\\_19\\_diagnostic\\_tests\\_t\\_o\\_over\\_60\\_countries\\_2020](http://www.seegene.com/press_release/seegene_exported_10_million_covid_19_diagnostic_tests_t_o_over_60_countries_2020)
27. Seegene Inc. (2020, May 19). *Seegene Exports 10 million Corona Tests to Brazil*. Retrieved 10 17, 2020, from PR Newswire Reuters: [http://www.seegene.com/press\\_release/seegene\\_exports\\_10\\_million\\_corona\\_tests\\_to\\_brazil\\_2020](http://www.seegene.com/press_release/seegene_exports_10_million_corona_tests_to_brazil_2020)
28. Seegene. (2020). *statement*. Retrieved 08 18, 2020, from 4Q19 Results: [http://www.seegene.com/upload/bbs/investor\\_1585902260677250.pdf](http://www.seegene.com/upload/bbs/investor_1585902260677250.pdf)
29. Seegene. (2020). *Supsiaries*. Retrieved 08 14, 2020, from global networks: [http://www.seegene.com/global\\_networks](http://www.seegene.com/global_networks)
30. Watson, I., Jeong, S., Hollingsworth, J., & Booth, T. (2020, March 13). *How this South Korean company created coronavirus test kits in three weeks*. Retrieved 08 20, 2020, from CNN: <https://edition.cnn.com/2020/03/12/asia/coronavirus-south-korea-testing-intl-hnk/index.html>
31. Yoojung, L., & Heejin, K. (2020, mars 16). *Virus Test-Kit Maker Meets Demand That Lifts Founder's Fortune*. Retrieved 10 15, 2020, from Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-16/virus-test-kit-maker-meets-demand-that-lifts-founder-s-fortune>