تسخير الذكاء الاصطناعي لتعزيز شرعيَّة الشركة

د. نادر السيد

أستاذ مشارك في المحاسبة، قسم المحاسبة ونظم المعلومات، كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة قطر

في السنوات الأخيرة، اكتسب الذكاء الاصطناعي اهتمامًا كبيرًا نظرًا لإمكاناته التحوُّلية في مختلف القطاعات داخل الشركة. وعلى الرغم من قيام العديد من الدراسات بتسليط الضوء على مساهمات الذكاء الاصطناعي في الكفاءة التشغيلية والقدرة التنافسية والابتكار، فإن مدى مواءمة الشركات لممارسات الذكاء الاصطناعي مع توقعات أصحاب المصلحة لا يزال غير مدروس. وهذه الفجوة مهمة بشكلٍ خاص، حيث تتعرض الشركات لضغوط متزايدة لإثبات أن استراتيجيات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها لا تُعزز أداء الشركات فحسب، بل تُساهم أيضًا بشكلٍ إيجابي في المجتمع. وبالتالي تتناول هذه الدراسة هذا الجانب من خلال فحص كيف تستخدم الشركات الذكاء الاصطناعي في عملياتها لمواءمة التوقعات المجتمعية والحفاظ على شرعيَّة الشركة.

شرعيَّة الشركة ومُمارسات الذكاء الاصطناعي

تُشير شرعيَّة الشركة إلى التصوُّرات المجتمعية بأن تصرفات الشركة مناسبة ومقبولة ضمن المعايير والقِيَم والمُعتقدات المجتمعية. تُعد شرعيَّة الشركة ضرورة للحفاظ على سمعتها وتعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين والموظفين والعملاء والجهات التنظيمية وعامة المجتمع. كما يلعب الذكاء الاصطناعي، باعتباره ابتكارًا تكنولوجيًا سريع التطوُّر، دورًا حاسمًا في تشكيل هذه التصوُّرات، عندما يتم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكلٍ أخلاقي ومسؤول، فإنه يُمكِن أن يُعزز شرعيَّة الشركة من خلال إظهار التزام الشركة بالرفاهية المجتمعية والشفافية والابتكار. في حين أن مُمارسات الذكاء الاصطناعي غير المسؤولة أو غير الأخلاقية، يُمكِن أن تُلحق الضرر بشرعيَّة الشركة، حيث قد يرى أصحاب المصلحة هذه المُمارسات على أنها غير متوافقة مع القِيَم المجتمعية.

لدراسة كيفية استخدام الشركات للذكاء الاصطناعي لتعزيز شرعيتها، تستند هذه الدراسة إلى مبادئ نظرية الشرعيَّة. وفقًا لهذه النظرية، يجب على الشركات تعديل أنشطتها باستمرار لتتماشى مع التوقعات المجتمعية المتغيِّرة. إن هذا التفاعل الديناميكي بين تصرفات الشركات والقِيَم المجتمعية له أهمية خاصة في سياق الذكاء الاصطناعي، الذي يؤثر على أبعاد مختلفة من أداء الشركة، بما في ذلك الشفافية والاستدامة والحوكمة. ومن خلال استخدام الذكاء الاصطناعي بطريقة تتوافق مع توقعات أصحاب المصلحة، لا تستطيع الشركات اكتساب الشرعيَّة فحسب، بل وتحافظ عليها أيضًا في استمراريتها على الأمد البعيد.

مُمارسات الإفصاح عن الذكاء الاصطناعي في المملكة المتحدة

تُعَد المملكة المتحدة سياقًا مثاليًا لهذه الدراسة نظرًا لإطارها التنظيمي القوي المرتبط بتطوير الذكاء الاصطناعي. وقد حفَّزت مبادرة «صفقة الذكاء الاصطناعي في القطاعات» التي أطلقتها حكومة المملكة المتحدة في عام 2018، استثمارات كبيرة في الذكاء الاصطناعي، مما وضع البلاد في موقع عالمي رائد في هذه التكنولوجيا. ونتيجة لذلك، تتعرض الشركات المُدرجة في سوق الأوراق المالية داخل المملكة المتحدة لضغوط متزايدة للكشف عن أنشطتها في مجال الذكاء الاصطناعي في تقاريرها السنوية.

تدرس هذه الدراسة الإفصاحات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في التقارير السنوية للشركات البريطانية المُدرجة في مؤشر FTSE100 خلال الفترة من 2020 إلى 2023. تُوفِّر هذه التقارير مصدرًا مهمًا للمعلومات لأصحاب المصلحة وتقدِّم رؤى

د. نادر السيد

حول كيفية مواءمة الشركات لمُمارسات الذكاء الاصطناعي مع التوقعات المجتمعية. وتحلل هذه الدراسة هذه التقارير باستخدام منهجية تحليل المحتوى الموجَّه نحو المعنى، وهي منهجية وصفيَّة لبيان التحليل للمعاني والموضوعات التي عبَّرت عنها التقارير السنوية للشركات.

إدارة الإنطباعات في الإفصاحات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي

غالبًا ما تستخدم الشركات استراتيجيات إدارة الانطباعات لبيان كيفية إدراك أصحاب المصلحة لأنشطتها المختلفة، ويمكن تصنيف هذه الاستراتيجيات على أنها إما حازمة أو دفاعية. الاستراتيجيات الحازمة استباقية وتهدف إلى تسليط الضوء على الإنجازات الإيجابية للشركة، في حين أن الاستراتيجيات الدفاعية تفاعلية وتسعى إلى التخفيف من التصوُّرات السلبية. في سياق الإفصاحات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، قد تستخدم الشركات استراتيجيات حازمة للتأكيد على تقدُّمها التكنولوجي ومساهماتها في المجتمع. من ناحية أخرى، قد تتضمن الاستراتيجيات الدفاعية شرح أو تبرير لمُمارسات الذكاء الاصطناعي المثيرة للجدل، مثل مخاوف خصوصية البيانات، وذلك لحماية سمعة الشركة.

النتائج والتداعيات

وتُشير النتائج إلى أن الشركات في المملكة المتحدة تستخدم إفصاحات الذكاء الاصطناعي كأداة مهمة لإدارة شرعيَّة الشركة. ومن خلال مواءمة مُمارسات الذكاء الاصطناعي مع توقعات أصحاب المصلحة، يُمكِن للشركات تعزيز سمعتها وإظهار المساءلة وتعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة. وتحدد الدراسة العديد من الموضوعات الرئيسية التي تناولتها إفصاحات الذكاء الاصطناعي، وتشمل الشفافية والاستدامة والحوكمة والامتثال الأخلاقي. وتستخدم الشركات هذه الموضوعات لبيان مدى تماشي هذه الإفصاحات مع توقعات أصحاب المصلحة وبالتالي تعزيز شرعيتها الاجتماعية.

ومن أهم النتائج التي توصَّلت إليها الدراسة، الطبيعة الديناميكية لإفصاحات الشركات عن الذكاء الاصطناعي خلال فترات الأزمة والتعافي، على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-19، بيَّنت العديد من الشركات في المملكة المتحدة استراتيجيات دفاعية في إفصاحاتها عن الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على الشفافية والمساءلة لمعالجة التحديات التي فرضتها الأزمة. وأكَّدت هذه الإفصاحات على كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للحفاظ على استمرارية الأعمال وضمان سلامة الموظفين ودعم أصحاب المصلحة المتضرِّرين. وفي مرحلة التعافي، تحوَّلت الشركات إلى استراتيجيات أكثر حزمًا، وسلَّطت الضوء على ابتكاراتها التكنولوجية ومساهماتها في الرفاهية المجتمعية. ويؤكد هذا التحوُّل على أهمية القدرة على التَّكيُّف في استراتيجيات التَّواصل وخاصة في أوقات الأزمات.

وتسلِّط هذه الدراسة الضوء أيضًا على أهمية الشفافية في الإفصاحات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ويتوقع أصحاب المصلحة بشكلٍ متزايد من الشركات تقديم معلومات واضحة وشاملة حول مُمارسات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها، وخاصة في مجالات مثل خصوصية البيانات والعدالة الخوارزمية والحوكمة الأخلاقية. والشركات التي تفشل في تلبية هذه التوقعات، تخاطر بإلحاق الضرر بشرعيتها، حيث قد يُنظر إليها على أنها تفتقر إلى المساءلة أو تعمل بطرقٍ لا تتوافق مع القِيَم المجتمعية.

الخاتمة والتوصيات

تُقدِّم هذه الدراسة رؤى مهمة حول كيفية استخدام الشركات لإفصاحات الذكاء الاصطناعي لإدارة شرعيَّة الشركة. من خلال مواءمة مُمارسات الذكاء الاصطناعي بشكلٍ استراتيجي مع توقعات أصحاب المصلحة، يُمكِن للشركات تعزيز سمعتها وبناء الثقة والحفاظ على شرعيتها الاجتماعية. وتُساهم هذه الدراسة في الأدبيات حول نظرية الشرعيَّة وإدارة الانطباعات من خلال بيان كيفية عمل إفصاحات الذكاء الاصطناعي كأداة حاسمة لاجتياز العلاقة المُعقَّدة بين تصرفات الشركة وتوقعات المجتمع.

ومع ذلك، تعترف الدراسة أيضًا ببعض المحدِّدات، على الرغم من أن الطبيعة النوعية لتحليل المحتوى الموجَّه نحو المعنى مفيدة لكشف موضوعات غامضة، إلا أنها ذاتية بطبيعتها وقد تكون مفتوحة للتفسيرات المختلفة. ويُمكِن للبحوث المستقبلية البناء على هذه النتائج من خلال عمل مقابلات مع مديري الشركات لاكتساب رؤى حول عمليات صُنع القرار من خلال إفصاحات الذكاء الاصطناعي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للبحوث المستقبلية البحث عن بيان أثر الوحدات الداخلية للشركة، مثل لجان الحوكمة، على استراتيجيات الإفصاح عن الذكاء الاصطناعي.

باختصار، تؤكِّد هذه الدراسة على الدور الحاسم لإفصاحات الذكاء الاصطناعي في الحفاظ على شرعيَّة الشركة. مع استمرار الذكاء الاصطناعي في تغيُّر المهام المختلفة داخل الشركة، ويتعين على الشركات التأكد من أن استخدامها لهذه التكنولوجيا يتماشى مع توقعات أصحاب المصلحة. ومن خلال القيام بذلك، يُمكِنها التغلُّب على تحديات الذكاء الاصطناعي مع الحفاظ على ثقة ودعم أصحاب المصلحة.