

دور ريادة الأعمال في تحقيق المسؤولية المجتمعية " دراسة تطبيقية على الشركات بإقليم عسير "

د. رانية محمد محمود زياده¹
المملكة العربية السعودية
جامعة الملك خالد، الكلية التطبيقية للبنات،
قسم العلوم الإدارية، فرع أبها،

Rania Mohamed Mahmoud Zeyada
Saudi Arabia
King Khalid University, Applied College for Girls,
Department of Administrative Sciences, Abha,
Telephone: 00966558207695

الملخص:

يشهد العالم تطورا كبيرا في مجال ريادة الأعمال ، مما يستدعي تفعيل دور الشركات في تحقيق مسؤوليتها المجتمعية ،وتستهدف الدراسة الوقوف علي مفهوم وأهداف وأبعاد المسؤولية المجتمعية وآليات تفعيلها، وتفعيل دور الشركات في تحقيق التنمية والرفاهية المجتمعية ، وتم استخدام المنهج الاستقرائي لتحديد الاطار النظري للدراسة والمنهج الوصفي لدراسة المسؤولية المجتمعية للشركات باستخدام استبانة للإجابة علي تساؤلات الدراسة، وخلصت إلي التعرف علي مفهوم وأهداف الشركات من تفعيل المسؤولية الاجتماعية ، وأوصت بأهمية الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص، والأثر الإيجابي علي تحقيق تنمية للمجتمع ، وأوصت بأهمية الالتزام بتقديم رواد الأعمال برامج مجتمعية متنوعة انطلاقا من مسؤوليتهم المجتمعية وتعزيز دورهم في حل مشكلات المجتمع.

الكلمات المفتاحية:

المسؤولية المجتمعية- أبعاد المسؤولية المجتمعية- ريادة الأعمال- رائد الأعمال

Abstract:

The world witnesses a Great Development in the Field of Entrepreneurship, Which calls for activating the role of companies in achieving their social responsibility. The study aims to identify the concept, goals and dimensions of social responsibility and the mechanisms for its activation, And activating the role of companies in achieving development and societal well-being, The inductive approach was used to determine the theoretical framework of the study and the descriptive approach to study the social responsibility of companies using a questionnaire to answer the questions of the study, It concluded by identifying the concept and objectives of companies in terms of activating social responsibility, the importance of the social role of private sector companies, and the positive impact on achieving community development.

Keywords:

social responsibility - dimensions of social responsibility - entrepreneurship - the entrepreneur

المقدمة:

مع بدايات القرن الحادي والعشرين شهد العالم تحولا واهتماما كبيرا في مجال الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، التي تجمع بين النمو الاقتصادي وتحسين البيئة وتنمية رأس المال الاجتماعي بالإضافة إلي التحسن المستمر والفعال للمنظمة ، وأصبحت مجالا تتنافس فيه منظمات الأعمال في الدول المتقدمة والنامية بشكل كبير ، وظهر الدور الهام للشركات الريادية للبحث عن الفرص البيئية وتعظيم العوائد منها ، حيث تمثل قيادة الأعمال القوة الدافعة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وأصبح هناك تحدى كبير يواجه رواد الأعمال في تطوير الفهم الذاتي ، وتنمية الالتزام الشخصي والانضباط والتنظيم والتزود بالمعارف والمهارات المجتمعية لتحسين الأداء المجتمعي ممكن يمكنه من إثبات دوره في تعزيز الاقتصاد الوطني، ونظرا لأهمية هذا الموضوع والدور الحيوي الذي تلعبه المسؤولية المجتمعية في الإيفاء بمسؤولية الشركات اجتماعيا وأخلاقيا وبيئيا من خلال المشروعات الريادية كأداة مهمة لتجديد قيمة المنظمات وتطوير المنتجات .

مصطلحات البحث: -

المسؤولية المجتمعية: هي أساس استراتيجي للشركات ورجال الأعمال يعزز سمعة المنظمة وقدراتها التنافسية من خلال قيم ومبادئ توفر احتياجات المجتمع المحلي.
أبعاد المسؤولية المجتمعية: هي أنشطة اجتماعية أساسية تمارس من خلالها منظمات الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية وتتعدد في المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الخيرية.

ريادة الأعمال: كيانات تبحث عن الفرص الموجودة بالبيئة من خلال تقديم مشاريع وأفكار جديدة مستشركة للمستقبل، وتعمل على تعظيم العوائد الناتجة عنها مما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات.

رائد الأعمال: هو صانع الفرصة مبدع ومبتكر في مشروع يديره ويخاطر به من خلال تأمين المصادر والإمكانات لتشغيل المشروع وإضافة قيمة إلي المنتج أو الخدمة.

الدراسات السابقة: -

- ❖ دراسة (مقري و مانع، 2015) تهدف إلى التعرف على أهمية المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية كخيار استراتيجي للوصول إلى تحقيق التنمية المستدامة، وتم توزيع استبيان على 50 مؤسسة صناعية بمدينة باتنة، وأثبتت النتائج أن: الالتزام بالمسؤولية المجتمعية من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يؤثر علي أدائها البيئي والمجمعي مما يؤدي إلى تحقيق التنمية المستدامة.
- ❖ دراسة (عيسي 2015) تحت عنوان " المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في مصر دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية المجتمعية للشركات"، والتي هدفت إلى بحث دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في الأنشطة المجتمعية المسؤولية المجتمعية، وتحليل عناصر المسؤولية المجتمعية للشركات، وبيان أثر ذلك علي أدائها ونتائجها الاقتصادية ووضع معايير ومؤشرات قياسية لقياس عناصر المسؤولية المجتمعية، وبالتالي تقييم الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص.
- ❖ دراسة (فاطنة وعبد السلام، 2020) تهدف إلى إبراز واقع تبني المسؤولية المجتمعية للشركات متعددة الجنسيات هل هي التزام من قبل هذه الشركات نظرا لما تخلفه من سلبيات علي بيئة الدول المضيفة أم أنها الزام يفرضه القانون عليها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت إلي أن المسؤولية المجتمعية للشركات هي مبادرات طوعية حيث لا يوجد قانون يلزمها بالممارسة الفعلية حيث تمت الإشارة إلي ضرورة تقنين هذا الجانب حتي يأخذ صفة الالتزام ليردع التجاوزات اللاأخلاقية ويكون محفز للشركات الأخرى.
- ❖ دراسة (الخميسي، 2017) هدفت إلي معرفة دور العلاقات العامة في دعم المسؤولية المجتمعية لدى القطاع الخاص، ومعرفة أهم البرامج والأنشطة التي تقدمها إدارات العلاقات العامة في دعم المسؤولية المجتمعية بالإضافة إلي معرفة المعوقات والمقترحات، واعتمدت علي المسح الميداني باستخدام استبانة طبقت علي عينة قوامها 46 مؤسسة، وتوصلت إلي اهتمام إدارات العلاقات العامة اهتمام متوسط في تقديم برامج ضمن مفهوم المسؤولية المجتمعية، وأن من أهم أهداف ودوافع اهتمام إدارات العلاقات بدعم المسؤولية المجتمعية هو اهتمام بترويج المنتجات وكسب ثقة العاملين بالمنشأة، ورفع نسبة أرباح المنشأة، والاهتمام بتحسين نوعية المنتجات والخدمات المقدمة، والرد علي الإشاعات، وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة.
- ❖ دراسة (خلوفي و شريط، 2020) تهدف للتعرف علي واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في منظمات الأعمال الجزائرية وذلك من خلال دراسة استكشافية، ولتحقيق ذلك تم التطرق إلي معايير ودوافع المسؤولية المجتمعية لمتطلبات الأعمال في الجزائر، وكذا تحديد الأولويات التي تتعلق بالقضايا المجتمعية والبيئية وصولا إلي تقييم وتحليل تجاوب قطاع الأعمال الحالي مع قضايا

المجتمع والبيئة وتحدياته، وأظهرت أن مفهوم المسؤولية المجتمعية لا يزال غامض داخل منظمات الأعمال وتجاوب قطاع الأعمال الحالي مع قضايا المجتمع والبيئة جد ضعيف ويحتاج إلي مزيد من الجهود.

❖ دراسة (الرمضي، 1434 هـ) بعنوان "المسؤولية المجتمعية في المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية علي القطاع الخاص دراسة وصفية استكشافية"، هدفت إلي معرفة برامج المسؤولية المجتمعية في منظمات القطاع الخاص في المملكة تجاه العاملين والمجتمع ومجالاتها وأقسام المسؤولية المجتمعية في الهيكل التنظيمي، واعتمدت علي المسح الاجتماعي، وطبقت علي عينة من كبار المسؤولين العاملين قوامها 211 شركة، وكانت نتائجها: لا يزال مفهوم المسؤولية المجتمعية غير واضح للشركات، وبرامج المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين والتي تتمركز حول الرعاية الصحية وتوفير السكن، وبذلك تتركز البرامج المقدمة للعاملين علي المسؤولية القانونية وهي أدني درجات المسؤولية المجتمعية.

❖ دراسة (عبد النور و عمارة، 2017) تحت عنوان "تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المحلية المستدامة في الجزائر"، وتسعي إلي رصد واقع المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص في الجزائر، ومعرفة مدي قدرة المؤسسات علي أن تأخذ بالمفهوم وتطبيقه في إطار الشراكة مع الإدارة المحلية لتجسيد التنمية المحلية المستدامة، خلصت إلي أن تطبيق المفهوم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لم يصل إلي ما هو مطلوب، ويرجع ذلك إلي حداثة ظهور وتطور دور القطاع الخاص، وغياب ثقافة المسؤولية المجتمعية، وعدم وجود آليات لتحفيز القطاع الخاص.

❖ دراسة (عيد، 2019) وهدفت إلي تحديد دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في تحقيق التنمية المستدامة وصولاً إلي الآليات المناسبة التي تمكن القطاع الخاص من الوفاء بمسئوليته الاجتماعية تجاه تحقيق التنمية المستدامة وطبقت علي عينة من شركات مكة المكرمة (53) مفردة تهتم بالمسؤولية الاجتماعية باستخدام منهج المسح الاجتماعي - وتوصلت إلي دوافع ومعايير المسؤولية الاجتماعية وأولويات القطاع الخاص للمساهمة فيها وأهم التحديات التي تواجه القطاع الخاص في الوفاء بمسئوليته الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة: -

- تشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة في اتباعه المنهج الوصفي.
- تشابه أداة البحث للدراسات السابقة في استخدام الاستبيان الإلكتروني.
- اختلفت عينة البحث مع الدراسات السابقة حيث تكونت في الدراسة الحالية من الشركات التي تعمل في مدينة أبها - إقليم عسير.
- تنوعت الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية فمنها من ركزت علي الاتجاه المفاهيمي، وأخري ركزت علي مجالات وعناصر المسؤولية الاجتماعية، بينما ركزت أخري علي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء

الشامل لمنظمات الأعمال، وهناك من حاولت استشراف مستقبل المسؤولية الاجتماعية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وإعداد الإطار النظري وتصميم أداة الدراسة، كيفية تحديد منهج البحث، كيفية اختيار مجتمع وعينة البحث، تحديد الأساليب الإحصائية الملائمة، ومعرفة كيفية تفسير والاستفادة من النتائج التي تم التوصل إليها، أما ما يميز الدراسة الحالية فهي تبحث في قضية هامة ومعاصرة، وهي على حد علم الباحثة أن هذه الدراسة لم ينطرق إليها إلا قلة من الباحثين في البيئة المحلية حتى الآن.

مشكلة البحث: من خلال ما سبق نجد أن القطاع الخاص في مجتمعاتنا العربية لم يتعرف على مسؤولياته المجتمعية بعد، وذلك يرجع لعوامل منها: عدم وجود ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى معظم شركات القطاع الخاص، أن جهود معظم الشركات في هذا المجال مبعثرة وعشوائية وتتداخل مع العمل الخيري، غياب ثقافة العطاء من أجل التنمية حيث لا يوجد تطرق للمشاريع التنموية، غياب الإعلام الملتزم بالمسؤولية المجتمعية، وهذا التأخر بأهمية المسؤولية المجتمعية يدفعنا للاهتمام والإسراع بخطى نحوها لتصل إلى التنمية الاقتصادية والمجتمعية 6: (Kozy, 2020) وأضاف (عبد العال، 2019) دور القطاع الخاص لم يبلغ المستوى الذي يؤهله للقيام بالدور القائد لتحقيق التنمية الشاملة والاقتصادية وهو ما يرتبط بعده عوامل علي رأسها عدم توافر المناخ الاستثماري الملائم، وعدم توافر بيئة الأعمال المناسبة لنمو الاستثمار الخاص وتشجيعه.

أسئلة البحث: من خلال مشكلة البحث يمكن طرح التساؤلات التالية:

- ما هو مفهوم عينة الدراسة من الشركات لمفهوم المسؤولية المجتمعية؟
- ما أولويات القضايا المجتمعية للمساهمة في المسؤولية الاجتماعية؟
- ما دوافع وأهداف الاهتمام المسؤولية الاجتماعية؟ ما أبعاد المسؤولية الاجتماعية؟
- ما الآليات المناسبة للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية؟

أهداف البحث:

- التعرف على مفهوم شركات ريادة الأعمال لمفهوم المسؤولية المجتمعية.
- تشخيص أولويات المسؤولية المجتمعية للشركات، والدوافع والأهداف التي تحققت منها.
- استعراض أبعاد المسؤولية المجتمعية لشركات وأهم الآليات للوفاء بها.

أهمية البحث:

- تسليط الضوء على قطاع حيوي جدا في الحياة الاقتصادية وهو ريادة الأعمال.
- تعاظم الدور الذي يقوم به رواد الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة والتفاعل مع المجتمع.
- بناء العلاقة الوطيدة بين رواد الأعمال وبين المجتمع من خلال دورهم الهام في تحقيق المسؤولية المجتمعية.

حدود البحث: يقتصر البحث على الحدود التالية

الحد الموضوعي: التعرف على دور ريادة الأعمال في تنمية المسؤولية المجتمعية.

الحد البشري: جميع الشركات والمؤسسات والتي لها نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية بمدينة أبها.

الحد المكاني: الشركات التي تعمل في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية ولها نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية في مدينة أبها والتي تم تحديدها من قبل الغرفة التجارية بأبها وعددها 60 شركة.

الحد الزمني: وذلك خلال الفترة 15 / 7 / 2021 إلى 1 / 11 / 2021 م.

ثانياً: الإطار النظري للبحث

1/2- الإطار المفاهيمي للمسؤولية المجتمعية:

مفهوم المسؤولية المجتمعية:

تنوعت وتعددت تعريفات العلماء تنوعاً كبيراً في تحديد مدلول المسؤولية المجتمعية للشركات نظراً لتعدد المفهوم وتطوره السريع، ومنها من عرفها علي أنها "التزام الشركات بتبني مبادرات أو برامج تنموية من شأنها أن تساهم في دفع عجلة التنمية المستدامة للمجتمع (الوطن، 2015)، بينما يعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية المجتمعية " بالالتزام الدائم للشركات للتصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية المستدامة وفي نفس الوقت تحسين جودة حياة الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي، أما البنك الدولي فقد عرف المسؤولية المجتمعية لرجال الأعمال علي أنها" التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي لتحسين مستوي معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد، وعرف عيسي (ف.م، 2015) التزامات المنظمة بواجباتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك من خلال المساهمة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية والاقتصادية والبيئية والتعليمية مما يساهم في الحفاظ علي مسيرة التنمية المستدامة بالمجتمع، أما (سلمان، 2019): فقد عرف المسؤولية المجتمعية أنها" هي مجموعة من الأنشطة الاقتصادية والمجتمعية والبيئية التي تتبناها وتمارسها مؤسسات القطاع الخاص طوعاً في البلد والمجتمع الذي يعمل فيه وهي جزء من واجباتها تجاه المجتمع من جهة ولتحقيق أهدافه الاستراتيجية بعيدة الأمد من جهة أخرى، وتنحصر تلك الأنشطة ضمن أبعاد أو فئات معينة توضع ضمن برنامج شامل وسياسات مرسومة ومدمجة داخل استراتيجية الشركة وعملياتها.

من خلال استعراض المفاهيم السابقة نجد أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم لم تحدد أبعاده بدقة حتى يومنا هذا، مع عدم القدرة على تحديد المدى الذي يجب أن تصل إليه مسؤولياتهم الاجتماعية.

أهمية المسؤولية المجتمعية:

عدد (خيريه و يزيد، 2019) : 357 أهميتها بالنسبة للمجتمع في قدرتها علي تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسياسة تكافؤ الفرص، تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي علي مستوي الأفراد، أما بالنسبة للدولة فتساهم في تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة، تعظيم عوائد الدولة، المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء علي البطالة، بينما تحقق فوائد للمؤسسة منها تحسين صورة المؤسسة في

المجتمع، تحسين مناخ العمل مما يؤدي إلي بعث روح التعاون والترابط، مما سبق نجد أن المسؤولية الاجتماعية تضي تحسينا على مناخ العمل السائد في منظمة الأعمال، وتؤدي إلي إشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، كذلك فإنها تمثل تجاوبا فعالا مع التغييرات الحاصلة في حاجات المجتمع.

أهداف برامج المسؤولية المجتمعية:

ذكر (الخميسي، 2017) : 574 أنها تختلف في الأهداف والدوافع وبصفة عامة يمكن تحديدها كما يلي : من وجهة نظر الشركات: اكتساب ثقة الجمهور، رضا المستهلكين، رعاية شؤون العاملين، وتحقيق الرفاهية المجتمعية حصول الشركات علي عائد مستمر لفترات طويلة المدى ، السمعة الحسنة ، تحسين الصورة العامة للمنتجات، من وجهة نظر المجتمع زيادة التكافل الاجتماعي، تحسين مستوي الحياة المعيشية، الالتزام بتحقيق التنمية المستدامة، تنمية المهارات لدى أفراد المجتمع، مساعدة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية، تشجيع القطاع الخاص في البحث عن حلول شاملة وصديقة للبيئة، وأضاف (محمد ق.، 2019) : 80 قدرتها علي : تحسين سمعة المنظمات التي تبني علي أساس الكفاءة والنجاح في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين المنظمات وأصحاب المصالح ومستوي الشفافية الذي تتعامل به هذه المنظمات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري، ويسهم التزام المنظمات بمسئولياتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سرعتها، توفير المعلومات عن نشاط المنظمة علي البيئة المحيطة بها والمحافظة علي البيئة المحيطة بالمشروع من أضرار عناصر التلوث التي يعكسها نشاط المشروع ،وتظهر هذه النقطة بشكل واضح بروز حق العيش في بيئة مناسبة مما ينعكس علي نشاط المنظمة.

أبعاد المسؤولية المجتمعية:

ذكر (الحربي، 2019) : 12 أن هناك اتفاق عام بين الأدبيات على أربعة أبعاد أساسية يمكن أن تمارس من خلالها منظمات الأعمال المسؤولية المجتمعية وهي:

- ❖ الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البيئية تعتبر من أهم ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات وتتضمن ضرورة قيام منظمات الأعمال ضمن أهدافها الاهتمام بالبيئة وذلك من خلال الرقابة على التلوث أثناء تنفيذ أنشطتها، والحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة الشركة لنشاطاتها التي تؤثر على البيئة بهدف المحافظة علي سلامة البيئة المحيطة بالشركة والمحافظة على الموارد الطبيعية.
- ❖ الأنشطة الخاصة بخدمة المجتمع للمجتمع المحلي والبيئة المحلية في نظر منظمات الأعمال اعتبارا خاصا فهي تنظر إليه على أنه شريحة مهمة تتطلع إلى تمتين علاقاتها معه وتعزيزها الأمر الذي يتطلب منها بذل الجهود والنشاطات المضاعفة تجاهه والعمل علي زيادة رفاهية المجتمع.
- ❖ الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البشرية تعتبر من الأنشطة الهامة تطوير وازدهار عمل منظمات الأعمال فالعلاقة بين الشركة والعاملين علاقة مصالح متبادلة فإذا قامت الشركة برعاية مصالح العاملين بالشكل المناسب الذي يرضيهم فإن إخلاصهم للعمل في الشركة سيزداد وبالتالي تتحقق مصالح الطرفين.

❖ الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالمنتجات والخدمات من حق العملاء الحصول على منتجات وخدمات مميزة وأن يتم الإعلان تلك المنتجات والخدمات بكل صدق وأمانة وأن يتم تقديم منتجات صديقة وأمنة مع إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج مع الالتزام بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع، والالتزام بتطوير مستمر للمنتجات التي تتوافق مع الاحتياجات المستجدة لهذا المجتمع مع الالتزام الأخلاقي بعدم خرق قواعد العمل مثل الاحتكار.

وتتبنى الدراسة الحالية هرم (Carroll, 1991): 39 للمسؤولية المجتمعية ليعبر عن الأبعاد الأساسية وهي:

❖ **المسؤولية الاقتصادية** : يمثل هذا البعد مجموعة من المسؤوليات التي يجب أن تتحملها المؤسسة كإنتاج سلع وخدمات ذات قيمة للمجتمع بنوعية جيدة وبأسعار معقولة من خلال تبني طرق إنتاج حديثة تقلل الضائع من المواد الأولية والمنتجات ويخفض التكاليف وتمكن المؤسسة من تحقيق العائد الكافي لاستمرارها وتلبية حاجات المساهمين إضافة إلي مكافحة الممارسات التي قد تضر بالمستهلكين مثل احتكار السلع والرفع من أسعارها وعدم احترام قواعد المنافسة الشريفة والإضرار بالمنافسين بطريقة غير شريفة ما قد يؤدي إلي فقدان عمال هذه الأخير لمناصب شغلهم ويندرج ضمن هذا البعد كذلك توفير البيئة الملائمة للعمل والعدالة الوظيفية وإتاحة فرص التقدم للعمال والحفاظ علي أمنهم وسلامتهم وكذلك العمل علي المحافظة علي البيئة والاستغلال المستدامة للمواد الأولية والموارد الطبيعية من خلال استخدام تكنولوجيات حديثة وغير ملوثة.

❖ **المسؤولية القانونية**: يعمل على حماية المؤسسات من بعضها وحماية العمال الذين يشتغلون فيها مثل القوانين المتعلقة بسلامة العمال وظروف العمل وكذا حماية المستهلكين إضافة إلى حماية البيئة كما يتضمن هذا البعد حق المساءلة وهو حق الأطراف ذات المصلحة في طلب توضيحات من المسيرين حول كيفية استخدام صلاحياتهم وتقبل الانتقادات الموجهة إليهم وتحمل المسؤولية عن الفشل أو عدم الكفاءة أو الخداع والغش.

❖ **المسؤولية الأخلاقية**: الأخلاق هي الضوابط والمعايير التي تستند إليها المؤسسة لتحديد ما هو صحيح وما خاطئ وبما أن القيم والأخلاق أصبحت من الدعائم التي يقوم عليها الاقتصاد اليوم، فعلي المؤسسة أن تستوعب الجوانب الأخلاقية والقيمية للمجتمع، وتمارس أعمالها ضمن قواعد وضوابط هذه القيم ومنها احترام حقوق الإنسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع وتقديم ما يتوافق معها من منتجات.

❖ **المسؤولية الخيرية**: هي خدمة تلتزم المؤسسة طواعية بتقديمها للمجتمع من خلال تحسين جوانب الحياة فيه والمساهمة في مشاكله ودعم القضايا البيئية كاستخدام مواد صديقة للبيئة وتبني أنظمة إنتاج خضراء مثل نظام الإنتاج الأنظف ودعم مؤسسات المجتمع المدني.

- ❖ جهود الدول العربية لنشر ثقافة المسؤولية المجتمعية (خلوفي وشريط، 2020) 129:
- ❖ تأسيس الموسوعة العربية المسؤولية المجتمعية وهي مشروع ثقافي متكامل لرفع الوعي الثقافي والإسهام في تحقيق التنمية المستدامة.
- ❖ الشبكة الإقليمية المسؤولية المجتمعية وهي أحد شبكات منظمات المجتمع المدني في منطقة الخليج العربي وتقدم مبادرات ومنها مرصد الكتروني لمساهمات القطاع الخاص في دعم المجتمع المحلي.
- ❖ الأكاديمية العربية المسؤولية المجتمعية وتهتم بتنفيذ عدد كبير من البرامج التدريبية والملتقيات وورش العمل.
- ❖ الجائزة العربية المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وذلك لتشجيع المؤسسات على الاهتمام بموضوع المسؤولية المجتمعية من خلال تنمية رأس المال البشري بالمؤسسة / وضع البيئة كأحد أهم الأولويات / الاهتمام بالمجتمع.
- ❖ الجمعية العربية المسؤولية المجتمعية وتهدف لنشر ثقافة العمل المسؤول في المنطقة العربية ورفع الوعي بأهميتها وبناء ثقافة مجتمعية ومؤسسية محفز لنشرها.

2/2- الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال

مفهوم ريادة الأعمال:

هناك العديد من التعريفات التي تشتمل علي تعريف لريادة الأعمال فقد عرفها (محمد، 2014): 219 أنها " عملية إنشاء منظمات جديدة أو تطوير منظمات قائمة وهي بالتحديد إنشاء أعمال جديدة أو الاستجابة لفرص جديدة عامة وتختلف أنشطة ريادة الأعمال باختلاف نوع النشاط الذي تتبعه المؤسسة الناشئة"، كما أنفق (إبراهيم، 2015) : 138 و(Costin, & et.al., 2018) علي تعريفها أنها" قدرة الفرد علي تحويل الأفكار إلي أفعال ويشمل الإبداع والابتكار وحساب المخاطرة وكذلك القدرة علي تخطيط وإدارة المشروعات من أجل تحقيق الأهداف ودعم الفرد والمجتمع وبما يجعل العاملين أكثر وعياً بعملهم وأكثر قدرة علي اغتنام الفرص" ، من خلال ما سبق نجد أن أهم عناصر ريادة الأعمال هو قدرة المشروعات علي تجديد قيمة المنظمات ، مع إنشاء أسواق جديدة ، واكتشاف مصادر جديدة للمواد مع خلق فرص عمل مما يساهم في التنمية للمجتمعات.

أهمية ريادة الأعمال:

ذكر (الدبوسي، 2017): 23 قدرتها علي زيادة فرص مشاركة رواد الأعمال في المسؤولية المجتمعية وتمتعهم بالثقة والاحترام في مجتمعاتهم، مما سبق نجد أهمية كبيرة للمشروعات الريادية في التنمية وتحريك العجلة الاقتصادية وتقديم تكنولوجيا جديدة وتحريك الموارد الرأسمالية، وزيادة الدخل والنمو الاقتصادي.

أنواع المشروعات الريادية:

تصنف الأعمال الريادية في ثلاثة أنواع الأول هو الأعمال الابتكارية البحتة من خلال الإتيان بفكرة جديدة غير مسبوقة في ميدان الأعمال ،والثاني أعمال ابتكارية مطورة كتطبيق فكرة حالية في أعمال ومجالات أخرى أو إضافة قيمة جديدة كفكرة موجودة

مسبقا، ويتمثل النوع الثالث في دخول أسواق ومجالات جديدة أي إدخال منتج جديد أو خدمة معروفة في منطقة جديدة لأول مرة (الشيخ، ملحم، و العكاليك، 2009) :

الجزء الثالث منهجية البحث: يشتمل منهج البحث على أنواع ومصادر البيانات، مجتمع وعينة البحث، ومتغيرات الدراسة والقياس، وأساليب تحليل البيانات كما يلي:

- ✓ المصادر الثانوية اعتمدت الباحثة في تكوين الإطار النظري علي المراجع العربية والأجنبية ذات الصلة والمجلات والدوريات العلمية المتخصصة وعلى المقالات والنشرات والتقارير المحلية والعربية والعالمية المرتبطة بموضوع البحث
- ✓ المصادر الأولية: اعتمدت الباحثة على إجراء بعض المقابلات الشخصية وإعداد قائمة استقصاء حول موضوع البحث تم توجيهها للعينة وذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة.
- ✓ مجتمع البحث: نظرا لأن هذا البحث يهتم بدراسة ريادة الأعمال ودورها في التنمية المجتمعية، فإن مجتمع البحث يجب أن يتكون من جميع شركات القطاع الخاص التي تعني بالقيام بالمسؤولية المجتمعية، ولكن نظرا لتشتت مواقع مفردات مجتمع الدراسة، وكذلك بسبب قيود الوقت والتكلفة فإن هذا المجتمع اقتصر على الشركات التي تعمل في مدينة أبها.
- ✓ عينة البحث: نظرا لضخامة حجم مجتمع البحث، وكذلك بسبب قيود الوقت والتكلفة، وظروف أزمة كورونا مما فرضته من إجراءات صحية وتباعد، فقد تم تطوير استبانة الكترونية وإرسال الرابط لفئات الشركات المختلفة، وذلك لسهولة تجميع البيانات الأولية، حصلت الباحثة على قائمة من الغرفة التجارية بعسير تشمل 60 شركة خاصة.
- ✓ متغيرات الدراسة والقياس: اشتملت الدراسة الميدانية على ثلاثة أنواع من المتغيرات، النوع الأول فإنه يتعلق ببعض الخصائص الديمغرافية للشركات المستقصي منهم (فئات أعمار الشركات، طبيعة نشاط الشركات، أشكال مساهمة الشركات في مجالات العمل الاجتماعي)، أما النوع الثاني فإنه يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية من حيث (المفهوم، وأولويات القضايا المجتمعية التي تساهم فيها الشركات، ودوافع وأهداف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية أبعاد المسؤولية الاجتماعية، الآليات المناسبة للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية) ، وقد تم الاعتماد علي السؤال متعدد المحتوي لقياس متغيرات الدراسة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي للموافقة وعدم الموافقة، كما تم استخدام بعض الأسئلة المغلقة النهائية ومتعددة الاستجابات لقياس الخصائص الديمغرافية للشركات المستقصي منهم، وتم الاستفادة من الدراسات السابقة ومنها (عيد، 2019) ، (الخميسي، 2017)، في تطوير استبانة لجمع البيانات من الشركات.
- ✓ أسلوب تحليل البيانات والإجابة على تساؤلات البحث: في ضوء أهداف التحليل وطبيعة البحث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي حيث تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوضيح متوسط وتباين الآراء حول أبعاد الاستقصاء.

الجزء الرابع: الدراسة الميدانية

خصائص عينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من الشركات التي تعمل في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية ولها نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية في مدينة أبها والتي تم تحديدها من قبل الغرفة التجارية بأبها وعددها 60 شركة، والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (1) فئات أعمار الشركات لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	فئات أعمار الشركات
23.3%	14	أقل من 5 سنوات
13.3%	8	من 5-9 سنوات
33.3%	20	من 10-14 سنة
30%	18	15-19 سنة
100%	60	الإجمالي

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن نحو 33.3% من الشركات تراوحت عمرها بين 10-14 سنة، 30% بين 15-19 سنة، بينما حصلت فئة الشركات أقل من 5 سنوات على نسبة 23.3%، واحتلت فئة الشركات من 5-9 سنوات على المرتبة الأخيرة بنسبة 13.3%، مما يدل على أن فئات أعمار الشركات مناسبة لأداء دورها الاجتماعي بالمجتمع.

جدول رقم (2) طبيعة نشاط الشركات لعينة الدراسة

النسبة	العدد	البنود
6.7%	4	خدمي
16.7%	10	متعدد
20%	12	صناعي
16.7%	10	مالي
26.7%	16	تجاري
13.3%	8	مقاولات
100%	60	الإجمالي

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

بالنسبة لمتغير طبيعة نشاط الشركة: يوضح الجدول توزيع أفراد العينة الكلية وفقاً لمتغير طبيعة نشاط الشركة حيث حصلت الأنشطة التجارية على نسبة 26.7% من إجمالي العينة، في حين بلغت الأنشطة الصناعية على نسبة 20%، وبلغت الأنشطة المالية والأنشطة المتعددة على نسبة 16.7% في حين بلغت أنشطة المقاولات على نسبة 13.3%، واحتلت الأنشطة الخدمية على المرتبة الأخيرة بنسبة 6.7%، أي أن هناك تنوع في أنشطة الشركات محل الدراسة مما يعبر عن الواقع في تقديم الخدمات المجتمعية للمجتمع وتحمل مسؤوليتها الاجتماعية في النهوض به وتحقيق الخدمات المتنوعة لإشباع الرفاهية الاجتماعية.

جدول رقم (3) لمتغير أشكال مساهمة الشركات في مجالات العمل الاجتماعي

النسبة	العدد	العبارات
6.66%	4	التبرع بالمال.
16.66%	10	التبرع بالأراضي والمباني.
36.66%	22	التبرع بالمنتجات من الشركات.
30%	18	تقديم أجهزة ومعدات لفئات المحتاجين.
63.33%	38	المشاركة في تنفيذ مشروعات اجتماعية لخدمة المجتمع.

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن، مما يعنى موافقة عينة الدراسة من الشركات على كل أشكال تقديم الدعم المجتمعي حيث حصلت المشاركة في تنفيذ مشروعات اجتماعية لخدمة المجتمع على المركز الأول بنسبة 63.33%، بينما احتلت التبرع بالمنتجات من الشركات على نسبة 36.66% تلتها تقديم أجهزة ومعدات لفئات المحتاجين بنسبة 30%، أما التبرع بالأراضي والمباني فحصلت على نسبة 16.66%، وحصل التبرع بالمال على المركز الأخير بنسبة 6.66% مما يدل على تنوع طرق تقديم الدعم المجتمعي من قبل الشركات.

الإجابة على تساؤلات الدراسة:

السؤال الأول: ما هو مفهوم عينة الدراسة من الشركات لمفهوم المسؤولية المجتمعية؟

جدول رقم (4) لمتغير مفهوم المسؤولية الاجتماعية

النسبة	العدد	العبارات
50%	30	حق المجتمع يجب على الشركات أن تتكفل به.
50%	30	عمل خيري تقوم به بعض الشركات.
50%	30	التزام أخلاقي من الشركات بتنمية المجتمع.
33.33%	20	ترجمة لمبادئ التكافل الاجتماعي بالمجتمع.
50%	30	وسيلة لتحقيق السمعة والفخر للشركة.
50%	30	أسلوب مفروض على الشركات يجب تنميته.
8.3%	5	التزام قانوني يفرضه المجتمع.
16.66%	10	التزام لتحقيق التنمية المستدامة.
41.66%	25	استثمار طويل الأمد لموارد الشركات.
33.33%	20	تحلي الشركة بروح المواطنة.
75%	45	خيار لزيادة الإنتاج.

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن هناك تأييد واضح لمفهوم المسؤولية الاجتماعية كخيار لزيادة الإنتاج حيث حصلت على نسبة 75% تلتها (حق المجتمع يجب على الشركات أن تتكفل به، عمل خيري تقوم به بعض الشركات، التزام أخلاقي من الشركات بتنمية المجتمع، أسلوب مفروض على الشركات يجب تنميته، وسيلة لتحقيق السمعة والفخر للشركة) وحصلوا على نسبة 50% كما فسره البعض على أنه استثمار طويل الأمد لموارد الشركات بنسبة 41.66%، بينما عرفه آخرون على أنه (ترجمة لمبادئ التكافل الاجتماعي بالمجتمع، تحلي الشركة بروح المواطنة) وهذا يدل على تنوع أهداف كل شركة من المفهوم ومدى تحقيقه لأهدافها من أداء المسؤولية الاجتماعية .

السؤال الثاني: ما أولويات القضايا المجتمعية للمساهمة في المسؤولية الاجتماعية؟

جدول رقم (5) أولويات القضايا المجتمعية للمساهمة في المسؤولية الاجتماعية

النسبة	العدد	العبارات
33.33%	20	دعم برامج التدريب والتأهيل والتوظيف.
16.66%	10	المساهمة في دعم الجودة لمختلف البرامج التعليمية.
41.66%	25	المساهمة في دعم قطاع الخدمات والمساعدات الاجتماعية.
33.33%	20	المساهمة في تعزيز الابتكار والاختراع.
50%	30	دعم وتمويل برامج المشروعات الصغيرة لتشجيع شباب الخريجين.

دعم وتمويل برامج القروض الحسنة.	30	50%
تقديم برامج لدعم الإسكان الخيري.	20	33.33%
المساهمة في دعم الخدمات الصحية.	20	33.33%
دعم الفعاليات الحكومية لخدمة المجتمع.	5	8.3%
المساهمة في مشروعات البنى التحتية والمرافق العامة.	25	41.66%
المساهمة في مشروعات الحفاظ على البيئة.	15	25%

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن علي المرتبة الأولى في الأولويات التي تحرص الشركات علي المساهمة بها (دعم وتمويل برامج المشروعات الصغيرة لتشجيع شباب الخريجين، دعم وتمويل برامج القروض الحسنة) بنسبة 50%، بينما احتلت (المساهمة في دعم قطاع الخدمات والمساعدات الاجتماعية، المساهمة في مشروعات البنى التحتية والمرافق العامة) علي نسبة 41.66%، وجاءت في المرتبة الثالثة من حيث الاهتمام (دعم برامج التدريب والتأهيل والتوظيف، المساهمة في تعزيز الابتكار والاختراع، تقديم برامج لدعم الإسكان الخيري، المساهمة في دعم الخدمات الصحية) بنسبة 33.33%، وجاءت في المرتبة الأخيرة المساهمة في مشروعات الحفاظ على البيئة بنسبة 25% مما يدل علي تنوع مجالات الشركات في تقديم الخدمات المجتمعية تبعا لاهتماماتها.

السؤال الثالث: ما دوافع وأهداف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية؟

جدول رقم (6) لمتغير دوافع وأهداف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية

النسبة	العدد	العبارات
41.66%	25	اعتراف الشركة بفضل المجتمع على ما حققته من نجاح.
5%	3	رعاية العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية.
41.66%	25	اكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلكين.
50%	30	تحقيق السمعة الحسنة للشركات كميزة تنافسية.
8.33%	5	مشاركة الدولة في العديد من القضايا.
16.66%	10	التزام بتحقيق التنمية المستدامة.
58.33%	35	مساعدة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية.
58.33%	35	تعظيم الأرباح في حال تبني الشركات أدوار اجتماعية كبرى.
5%	3	تحقيق رضا المجتمع ومد جسور التعاون والتفاهم.
16.66%	10	تحقيق الاستقرار الاجتماعي في المجتمع.
50%	30	ترويج منتجات المنشأة.
66.66%	40	الرد على الإشاعات والأكاذيب الموجهة ضد المنشأة.
75%	45	تحسين الصورة الذهنية للمنشأة.

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن أهم دوافع الشركات للقيام بالمسؤولية الاجتماعية كان تحسين الصورة الذهنية للمنشأة بنسبة 75%، تلتها الرد على الإشاعات والأكاذيب الموجهة ضد المنشأة بنسبة 66.66%، وجاء في المركز الثالث (مساعدة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية، تعظيم الأرباح في حال تبني الشركات أدوار اجتماعية كبرى) بنسبة 58.33%، واحتلت (ترويج منتجات المنشأة، تحقيق السمعة الحسنة للشركات كميزة تنافسية) علي المركز الرابع بنسبة 50%، مما يدل علي تنوع دوافع الشركات للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية وفقا لما يتحقق لها من مزايا مجتمعية تحقق أهدافها.

السؤال الرابع: ما أبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

جدول رقم (7) أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق تماما		محايد		موافق تماما		العبارات
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
البعد الاقتصادي									
4	.62887	1.3333	%8.3	5	16.7 %	10	%75	45	دعم برامج مشروعات التنمية المستدامة.
3	.73569	1.6333	%15	9	%33.3	20	%51.7	31	دعم برامج المسؤولية الاجتماعية للقضاء على الفقر.
2	.71228	1.6333	%13.3	8	%36.7	22	%50	30	تحسين نوعية الحياة في المجتمع.
1	.75071	1.7500	%18.3	11	%38.3	23	%43.3	26	تحسين نوعية الخدمات والمنتجات المقدمة.
البعد الأخلاقي والقانوني									
3	.74485	1.4333	%15	9	%13.3	8	%71.7	43	تتوفر بالمؤسسة نشاطات وخدمات خيرية لأفراد المجتمع.
2	.69115	1.6167	%11.7	7	%38.3	23	%50	30	يتوفر بالمؤسسة نظام عمل أخلاقي مع عملها أو منافسيها.
1	.87914	1.8000	%30	18	%20	12	%50	30	تسعى المؤسسة لتحقيق الربح دون مراعاة للقيم والمبادئ الأخلاقية.
البعد البيئي									
5	.65527	1.3333	%10	6	%13.3	8	%76.7	46	تلتزم المؤسسة باللوائح الداعية لحماية البيئة.
2	.81025	1.5667	%20	12	16.7 %	10	%63.3	38	المؤسسة تتجنب الإضرار بالبيئة خلال القيام بنشاطاتها.
1	.71781	1.6000	%13.3	8	%33.3	20	%53.3	32	تحافظ المؤسسة على المبادئ والقيم البيئية.
3	.74485	1.5667	%15	9	%26.7	16	%58.3	35	تقوم المؤسسة بالمساهمة في حل ومعالجة المشاكل البيئية

									الواسعة.
6	.68064	1.3333	%11.7	7	%10	6	%78.3	47	تعمل المؤسسة على ترشيد استخدام الطاقة.
4	.77021	1.5000	16.7%	10	%16.7	10	%66.7	40	تعمل على خلو المرافق من التلوث البيئي.
7	.49972	1.2333	%3.3	2	%16.7	10	%80	48	تعمل المؤسسة على توفير مصادر بديلة للطاقة.
8	.42652	1.2333	-	-	%23.3	14	%76.7	46	تطبق المؤسسة سياسة الاستخدام المتعدد للموارد.
البعد الخيري									
3	.62073	1.2333	%10	6	%3.3	2	%86.7	52	تهتم المؤسسة بتلبية حاجات المجتمع.
1	.62414	1.4833	%6.7	4	%35	21	%58.3	35	تنظم المؤسسة دورات لخدمة المجتمع المحيط بها.
2	.65008	1.4667	%8.3	5	%30	18	%61.7	37	تبني شراكات منظمة مع مؤسسات المجتمع المدني.

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

بناء على نتائج الجدول (7) نجد أن المتوسط الحسابي للبعد الاقتصادي جاءت وفقاً للتالي: تحسين نوعية الخدمات والمنتجات المقدمة علي المرتبة الأولى بمتوسط (75001)، تلتها تحسين نوعية الحياة في المجتمع ، دعم برامج المسؤولية الاجتماعية للقضاء على الفقر بمتوسط (1.6333)، وحصلت ودعم برامج مشروعات التنمية المستدامة علي المرتبة الأخيرة بمتوسط (1.3333) ، أما المتوسط الحسابي للبعد الأخلاقي والقانوني جاءت وفقاً للتالي: تسعي المؤسسة لتحقيق الربح دون مراعاة للقيم والمبادئ الأخلاقية علي المرتبة الأولى بمتوسط (1.8000)، تلتها يتوفر بالمؤسسة نظام عمل أخلاقي مع عملها أو منافسيها بمتوسط (1.6167)، وأخيراً تتوفر بالمؤسسة نشاطات وخدمات خيرية لأفراد المجتمع بمتوسط (1.4333)، أما المتوسط الحسابي للبعد البيئي جاءت وفقاً للتالي: تحافظ المؤسسة على المبادئ والقيم البيئية علي المرتبة الأولى بمتوسط (1.6000)، تلتها المؤسسة تتجنب الإضرار بالبيئة خلال القيام بنشاطاتها بمتوسط (1.5667)، وأخيراً تقوم المؤسسة بالمساهمة في حل ومعالجة المشاكل البيئية الواسعة بمتوسط (1.5667)، أما المتوسط الحسابي للبعد الخيري جاءت وفقاً للتالي: تنظم المؤسسة دورات لخدمة المجتمع المحيط بها علي المرتبة الأولى بمتوسط (1.4833)، تلتها تبني شراكات منظمة مع مؤسسات المجتمع المدني بمتوسط (1.4667) ، تلتها تهتم المؤسسة بتلبية حاجات المجتمع بمتوسط (1.2333).

السؤال الخامس: ما الآليات المناسبة للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية؟

جدول رقم (8) الآليات المناسبة للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية

النسبة	العدد	الآليات المناسبة للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية
8.33%	5	نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وتطوير التشريعات.
16.66%	10	ضرورة إدماج المسؤولية الاجتماعية في رسالة، و رؤية، وفلسفة الشركة، وثقافتها.
33.33%	20	التوعية بأهمية نهوض القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية.
50%	30	تبادل الخبرات والتجارب العملية بين منشآت القطاع الخاص لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
8.33%	5	توفير عدد كاف من المختصين والمهتمين بالعمل الاجتماعي في إدارة المسؤولية الاجتماعية بالشركة.
33.33%	20	الالتزام بتوفير عنصري الشفافية والإفصاح عن برامجها المنفذة في المسؤولية الاجتماعية.
50%	30	وجود قنوات فضائية متخصصة في مجال خدمة المجتمع مع تركيزها على جوانب المسؤولية الاجتماعية.
50%	30	الانتقال في برامج المسؤولية الاجتماعية من التبرع إلى العطاء الذكي والتمكين.
50%	30	ضرورة تعميم تجارب الشركات الرائدة في أداء المسؤولية الاجتماعية.

المصدر: بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول رقم (8) تعدد الآليات التي تتبعها الشركات للوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية حيث حصلت كلا من (وجود قنوات فضائية متخصصة في مجال خدمة المجتمع مع تركيزها على جوانب المسؤولية الاجتماعية، تبادل الخبرات والتجارب العملية بين منشآت القطاع الخاص لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجالات المسؤولية الاجتماعية، الانتقال في برامج المسؤولية الاجتماعية من التبرع إلى العطاء الذكي والتمكين، ضرورة تعميم تجارب الشركات الرائدة في أداء المسؤولية الاجتماعية) علي المرتبة الأولى بنسبة 50% تلتها (الالتزام بتوفير عنصري الشفافية والإفصاح عن برامجها المنفذة في المسؤولية الاجتماعية، التوعية بأهمية نهوض القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية) بنسبة 33.33%،

نتائج وتوصيات الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة الميدانية، يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات كما يلي:

- ❖ التوسع في البرامج والأنشطة الموجهة لخدمة المجتمع من خلال: دراسة المنطقة والفئات المستفيدة منها ومسح الحاجات للمجتمع مع تحديد الأولويات للأنشطة الاجتماعية، واختيار حزمة أنشطة مرشحة للدخول ضمن البرنامج الاجتماعي والبيئي
- ❖ تشجيع زيادة تنظيم الورش التدريبية المتخصصة، إنشاء موقع الكتروني للمسؤولية المجتمعية، إقامة دورات تدريب للمديرين لتعريفهم المسؤولية المجتمعية والفوائد التي تجنيها المؤسسة منها).
- ❖ ضرورة نشر ثقافة المسؤولية المجتمعية من خلال (تشكيل فريق عمل برئاسة الإدارة العليا مع مرشحين من فئات أصحاب المصلحة والجمعيات المختلفة بشؤون المجتمع، الالتزام بموازنة ثابتة لتمويل مشروعاتها المجتمعية، تطوير التشريعات ذات الصلة، تحديد استراتيجية معلنه حول المسؤولية المجتمعية، ضرورة تدريس المسؤولية المجتمعية وأخلاقيات الإدارة في كليات الأعمال، الاهتمام بإعداد

البحوث والدراسات العلمية في مجال المسؤولية المجتمعية، تشجيع المؤسسات على إدماج المسؤولية المجتمعية في استراتيجيتها).

❖ المبادرة بالتنسيق مع النقابات ومنظمات المجتمع المحلي للتشارك في المسؤولية المجتمعية.

❖ بث الوعي والإحساس بالجانب الأخلاقي للشركات من خلال الندوات والمؤتمرات.

❖ إيجاد نظام فاعل للحوافز لتحقيق المنافسة بين المؤسسات.

❖ تعزيز العلاقات والشراكة مع مختلف الجمعيات البيئية، والإنسانية، والاجتماعية المحلية، والدولية.

من خلال ما سبق نجد أن: الدراسات والبحوث الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية هي دراسات قليلة تحتاج إلى إجراء البحوث الميدانية لخصوصية الموضوع وحساسيته وارتباطه بشكل كبير بتطور مؤسسات المجتمع.

المراجع العربية:

أ- الكتب

محمد ، هاني. (2014). تنظيم وتطوير الأعمال قياس الأداء المتوازن . عمان - الأردن: دار المعزز للنشر والتوزيع.

ب- المجلات العلمية

إبراهيم ، عصام. (2015). التعليم الريادي ، مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر. مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، (18)، ص 177-132.

الحربي، آء. (2019). العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والربحية دراسة تطبيقية علي الشركات الصناعية المدرجة في السوق المالية السعودية "تداول". المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية، 19، ص 1-25.

خلوفي ، سفيان ، و شريط، كمال. (2020). منظمات الأعمال الجزائرية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم - دراسة استكشافية. مجلة التنمية الاقتصادية جوان، 5(1) ، ص 125-141.

الخميسي ، دلال رشيد. (2017). المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في المنشآت السعودية الخاصة دراسة ميدانية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 17، ص 563-597.

الدبوسي ، سامي. (2017). رؤية طلاب جامعة تبوك حول ثقافة ريادة الأعمال. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المركز القومي للبحوث، فلسطين 1، (8)، ص 20-41.

الرمضي ، العنزي. (1434 هـ). واقع المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية علي القطاع الخاص. جامعة الملك سعود.

سلمان ، ياسمين حكمت. (2019). قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية وانعكاسها على الأداء المالي للمصارف بحث تطبيقي في المصرف الأهلي العراقي. مجلة دراسات محاسبية ومالية، 14(48)، ص 28-41.

الشيخ ، فؤاد ، ملحم ، يحي ، و العكاليك، وجدان. (2009). صاحبات الأعمال الرياديات في الأردن: "سمات وخصائص". مجلة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك ، 5(1).

عبد العال ، محمود محمد رياض. (2019). المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في مصر. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية جامعة الفيوم، 23، 91-114.

- عبد النور، ناجي، وعمار، ناجي. (2017). تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المحلية المستدامة في الجزائر. حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 20، ص 95-115.
- عيد ، عادل عزت محمد. (2019). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، العدد الثاني، ص 235-288.
- فاطنة ، فارسي ، وعبد السلام ، مخلوفي. (2020). واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات. مجلة البشائر الاقتصادية، إبريل، 6، ص 125-138.
- محمد ، قصي جاسم. (2019). دور أبعاد استدامة الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية : دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية سامراء العراق. مجلة اقتصاد المال والأعمال، (3) 3، ص 71-100.
- مقري ، زكية ، ومانع، شوقي. (2015). أهمية المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة ميدانية لعينة من م. ص.ب. بولاية باتنة. مجلة الباحث، 15، ص 1-22.
- يزيد ، تقرات وخيره، زقيب (2019). مدي التزام بالمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المحلية بالمؤسسات الاقتصادية دراسة نظرية تحليلية. جرش للبحوث والدراسات، 21(1)، ص 353-365.

ج- المواقع الإلكترونية:-

- جريدة الوطن. (2015). السلطنة تستضيف أعمال مؤتمر عمان للمسؤولية الاجتماعية والاستدامة للشركات. تم الاسترداد من:-
<http://alwatan.com/details/80387>
- عيسى ف.م. (2015). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر، دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات. تم الاسترداد من:-
<http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2010/05/19>

المراجع الأجنبية:-

- Archie B.Carroll.(1991). The Pyramid social responsibility toward the moral management of organizational stakeholders . *Business Horizons* ,July, pp. 39-48.
- Costin,, Y., & et.al. (2018). Using Simulation to develop entrepreneurial skills and mindset, an exploratory case study. pp. 136-145.
- Kozy,Mohamed A. (2020). المسؤولية الاجتماعية بين المفهومين التقليدي والحديث. BAU Journal-Society- Culture and human behavior, 2(11), pp. 9-1. Retrieved from <http://digitalcommons.bac.edu.lb/schbjournal/vol1/iss2/11>