

ريادة الأعمال ودورها الرائد في تحقيق المسؤولية الاجتماعية

Entrepreneurship and its leading role in achieving social responsibility

د. أكرم محمد أحمد الحاج¹، متعب الرويلي²¹ جامعة قاردين سيتي – الخرطوم (السودان)، Akram1470@gmail.com² جامعة الجوف – سكاكا (المملكة العربية السعودية)، javeinuk@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2020/11/03

تاريخ القبول: 2020/12/24

تاريخ النشر: 2020/12/31

ملخص:

مما لا شك فيه أن ريادة الأعمال أصبحت تلعب دوراً هاماً في الاقتصاديات العالمية كونها من أبرز محركات النمو الاقتصادي، من خلال إنشاء منظمات أعمال محلية فاعلة تساهم في التطور المحلي، عن طريق توفير فرص العمل وزيادة العوائد، قصد تفعيل دورها في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه الأفراد والمجتمع. تضمن البحث مفهوم الريادة والريادي وخصائصه ودوافعه ووظائفه، مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، كذلك ريادة المنظمة. إضافة إلى مفهوم وأبعاد ومجالات المسؤولية الاجتماعية، كذلك أدوار المنظمات الريادية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.

كلمات مفتاحية: ريادة الأعمال. النمو الاقتصادي، منظمات أعمال، المسؤولية الاجتماعية. ريادة المنظمة

تصنيفات JEL : M14

Abstract:

There is no doubt that entrepreneurship has become an important role in global economies, as it is one of the most prominent engines of economic growth, through the establishment of effective local business organizations that contribute to local development, by providing job opportunities and increasing returns, in order to activate its role in promoting the concept of social responsibility towards individuals. And society. The research included the concept of leadership and entrepreneurship, its characteristics, motives and functions, the concept of social responsibility and its dimensions, as well as the leadership of the organizations. In addition to the concept, dimensions and areas of social responsibility, as well as the roles of entrepreneurial organizations in promoting social responsibility.

Keywords: business organizations; Entrepreneurship; social responsibility; job opportunities.

JEL Classification Cods: M14

المقدمة

تمثل ريادة الأعمال النشاط الذي ينشأ ويدير منظمة جديدة من أجل استثمار فرصة مبتكرة ومتفردة، وهذا ما يطلق عليه بالريادة الخارجية، كما تكون الريادة ضمن المنظمة القائمة وتمثل عندها مغامرة جديدة من خلال إيجاد أعمال جديدة أو إعادة التجديد الاستراتيجي فيها وهذا ما يدعى بالريادة الداخلية أو ريادة الشركة. وقد أصبحت ريادة الشركة وسيلة حيوية للمنظمات القائمة كي تستمر في اكتشاف واستثمار الفرص من أجل تحريك المنظمات والأفراد إلى حالة جديدة من الوجود، ولا سيما بعد أن ازدادت حاجة المنظمات لتكون أكثر مبتكرة من أجل البقاء وتسريع النمو في بيئة عالمية شديدة التنافس والتغير الحركي وزيادة مستوى اللاتأكد.

المشكلة:

البحث يحاول الإجابة عن التساؤل الآتي:

"ريادة الأعمال ودور المنظمات الريادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، وما هي انعكاسات ذلك على سلوك المستهلكين والمجتمع؟" وذلك باعتماد المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالمشكلة المحددة.

الأهداف:

- المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وإرتباطها بريادة الأعمال
- بيان مفاهيم ريادة الأعمال ورياديو الأعمال.
- التركيز على ريادة الشركة بشقيها الداخلي والخارجي.
- بيان دور منظمات الريادية في إرساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

الأهمية:

أهمية البحث تتمثل من خلال ربطه بين دور المشروعات الريادية ومستوى تحقيق المسؤولية الاجتماعية، والدعم المناسب لنشوتها وتطورها وبين تحسين أوجه التنمية المختلفة لا سيما الاقتصادية والاجتماعية.

- الفرضية:

"يشارك وجود المشروعات الريادية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بالمنظمات"

1- الريادة والريادي: المفهوم، الأبعاد، الوظائف

1-1- مفهوم الريادة:

١ مصطلح ريادة الأعمال (Entrepreneurship) منذ منتصف القرن الثامن عشر كان معروفاً بالمفهوم الريادي، والذي ترجع جذوره إلى الاقتصاد الفرنسي. إذ يقصد بالكلمة الفرنسية (Entrepreneur)، ذلك الفرد الذي يتولى (Undertakes) مشروع أو نشاط مهم. (Sethi, 2005)، ويعني في مضمون الأعمال بمصطلح (Undertake) هو بدء الأعمال. وفي قاموس (Webster) يمثل الريادي (Entrepreneur) ذلك الفرد الذي ينظم ويدير ويتحمل مخاطر

الأعمال أو المشروع. (MBA، 2007)، وقد مثل الرياديون الأفراد التواقون للثروة الذين يتخذون المخاطرة ويصنعون القرار لإدارة الموارد بطرائق غير مألوفة لاستثمار الفرص وبذلك أصبحوا قادة الصناعة في العالم. فيما أشار (Robert Hisrich) إلى الريادة بكونها عملية تكوين شيء ما مختلف ذو قيمة عن طريق تكريس الوقت والجهد الضروري، بافتراض مخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية مصاحبة، وجني العوائد المالية الناتجة، إضافة إلى الرضا الفردي. وبعبارة أخرى أنها: "عملية خلق القيمة عن طريق استثمار الفرصة من خلال موارد متفردة" (Jose Dornelas، 2003)

يتشكل مفهوم الريادة من ثلاثة أبعاد وهي كالتالي: (Michael Morris، 2001)

- الابتكارية (Innovativeness): وتمثل الحلول الإبداعية غير المألوفة لحل المشكلات وتلبية الحاجات، والتي تأخذ صيغا من التقنيات الحديثة.
 - المخاطرة (Risk): وهي مخاطرة عادة ما تحتسب وتدار، وتتضمن الرغبة لتوفير موارد أساسية لاستثمار فرصة مع تحمل المسؤولية عن الفشل وكلفته.
 - الأسستباقية (Proactiveness): وتتصل بالتنفيذ مع العمل في أن تكون الريادة مثمرة.
 - فيما تتكون العملية الريادية كالأتي:
 - الفرصة.
 - المخاطرة.
 - الابتكار الذي يخلق الفرصة.
 - الريادي الذي يدرك الفرصة.
 - الموارد التي تستثمر الفرصة وتنشأ المنظمة الجديدة أو تطور القائمة.
- وبذا تمثل الريادة "السلوك المتوجه للحركة واتخاذ المخاطرة والإبداع والنمو" (Strategic Management & Entrepreneurship، 2003)

1-2- رواد الأعمال: المفهوم والوظائف:

تدعى العملية التي تكون المشروع بالريادية، والفرد الذي يبدأ المشروع بالريادي، فيما يمثل المشروع مخرجات الاثنين (الريادية والريادي). وتنجم الريادية كعملية عن فعل الريادي الذي يؤسس ويبدأ مغامرته الخاصة، ذلك الفرد الذي يخلق أعمال جديدة في مواجهة المخاطرة وعدم التأكد من أجل تحقيق الربح والنمو عن طريق تحديد الفرص المهمة والحصول على الموارد الضرورية لاستثمارها، فالكثير من الأفراد لديه أفكار عظيمة إلا أنه لا يحققها كما يفعل الريادي. (Scarborough، 2005) في حين يدور السلوك الريادي حول كيفية استثمار الفرصة. لذا يوصف الريادي بأنه الشخص الذي يستثمر الفرصة في مواقف خطرة. (Entrepreneurship & Strategic Management، 2003).

ولا يصنع الريادي قراراً عقلانياً في بعض الأحيان وإنما يعتمد على الحدس والبديهية الصحيحة، وهذا ما يميز جودة أداء الريادي عن غيره. (Swedberg، 2007)، ويقابل الريادي المستكشف (Prospecter) أي الباحث بشكل مستمر عن الفرص الجديدة في النموذج (Miles and Snow). (Ferreira، 2002). ويمكن التفرقة بين ثلاثة أنواع من القادة تحتاجهم المنظمة خلال أوقات مختلفة من مراحل تطورها وهم: (McClurg، 2003)

- المبتكرون: ويمثلون الحالمون الذين ينشئون النموذج الأصلي، ويخترعون ما هو أبعد منه ولا يهتمون بالعوائد المالية.
- الرياديون: وهم البناء الذين يحولون النموذج الأصلي إلى تركيز مستمر، وتكون القابلية المالية هي الوجه الأكثر أهمية لعملهم.
- المدراء المهنيون: وهم الأمناء (Trustees) الذين يضمنون المستقبل عن طريق إنشاء وضمان الأنظمة والبنية التحتية اللازمة من أجل استمرار التركيز المستمر.

وقد اختصر (Sethi) خصائص الريادي بوظائف ثلاثة أساسية: (Sethi، 2005)

- أ- صانع القرار تحت ظروف عدم التأكد: إذ ينبغي توقع المخاطرة عند صنع القرار في بيئة غير مؤكدة.
 - ب- المبتكر: يستند الابتكار (Innovation) إلى تطبيق المعرفة لإنتاج منتجات أو عمليات جديدة، فيما يركز الإبداع (Creativity) على إيجاد المعرفة الجديدة التي تتجسد في الاختراع.
 - ج- المنسق: إذ يتم بناء المنظمة منذ البدء والعمل على أن تنمو.
- فيما اعتبر المنظور الـ (Schumpeterian) بأن وظائف الريادي تنحصر في كل من الابتكار والنمو. (Jarillo، 1990)

ثانياً/أنواع منظمات الأعمال الريادية :

عرّف كل من (Sharma and Chrisman) ريادة المنظمة (Corporate Entrepreneurship) بأنها: "العملية التي ينشأ بموجبها الفرد أو مجموعة من الأفراد المتواجدين ضمن منظمة قائمة، منظمة أخرى جديدة أو إعادة تحديد أو ابتكار داخل المنظمة القائمة" (Bouchard، 2001)، وتصف الريادة السلوك الريادي داخل المنظمة القائمة. وقد صنف كل من (Guth and Ginberg) ريادة المنظمة إلى خيارين إستراتيجيين هما: (Christensen، 2004)

- أ - مخاطرة المنظمة: وتمثل إحدى وسائل إعادة التحديد الإستراتيجي، وتتضمن إيجاد أعمال جديدة ضمن المنظمات القائمة، قد ينجح أو لا ينجح عنها إعادة تحديد إستراتيجي. وبذا فأنها تنصرف إلى الريادة الخارجية.
- ب - إعادة التحديد الإستراتيجي: وينتج في إعادة تحديد أو تحول تنظيمي للمنظمة القائمة من أجل تحقيق ثروة جديدة من توليفة مبتكرة للموارد عن طريق إعادة تركيز تنافسية الأعمال، أو إحداث تغييرات أساسية في التسويق، أو إعادة توجيه تطوير المنتج، أو إعادة تشكيل العمليات. ويدعى هذا النوع بـ "الريادة الإستراتيجية" (Kuratko، 2009)، وينصرف مفهومها إلى الريادة الداخلية (Intrapreneurship).

2- المسؤولية الاجتماعية: المفهوم التعريف، التطور، والأهمية، الأبعاد، مجالات تطبيقها:

2-1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية والتطور التاريخي وأهميتها:

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل ملحوظ منذ أن بدأ يأخذ مكانا عام 1950, حتى أصبح يظهر جليا في العقد الأخير, بحيث بدأت منظمات الأعمال في إظهار مسؤولياتها الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة إستراتيجياتها والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح فضلا عن إبرازها عبر مسميات مختلفة إذ تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها: المساءلة الاجتماعية (Corporate Accountability), الأخلاق التنظيمية (Corporate Ethics), المواطنة التنظيمية (Corporate Citizenship), والالتزامات التنظيمية (Corporate Obligations).

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد" (الغالي و العامري، 2005).

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها: "جميع المحاولات التي تساهم في تتطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية. وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا" (الكردي، 2011)

ويرى (الغالي و العامري) بأنها: "عقد بين المنظمة والمجتمع تلزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات" (الغالي و العامري، 2002)

تعرفها جمعية الإداريين الأمريكيين بأنها: "استجابة إدارة الشركات إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بانجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية" (الصبري، 2007)

وقد أكد العديد من الباحثين على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية مثل الأعمال الخيرية، بحيث أصبحت تعد إستراتيجية كونها تجلب منافع كثيرة للمنظمة كزيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية.

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه الدراسات دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 2006 حيث أظهرت أن ما مقداره 2.3 تريليون دولار من أصل 24 تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية الاجتماعية.

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها تعهد والتزام رجال الأعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات ومعالجة الحالات المرغوبة ولتحقيق الأهداف والقيّم لعموم المجتمع. يرى البعض ان المسؤولية الاجتماعية بمثابة تذكير للشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه، بينما يرى البعض الآخر أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع. ويرى آخرون أنها صورة من صور الملاءمة الاجتماعية الواجبة على الشركات.

وقد عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. المسؤولية الاجتماعية للشركات هي منهجية عمل تتبناها الشركات في ممارسة الأعمال التجارية حيث تقوم هذه الشركات بدمج الممارسات الأخلاقية في جميع عملياتها الإدارية والتجارية. يعرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي لتحسين مستوى المعيشة بأسلوب يخدم الاقتصاد والتنمية في ان واحد كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية و قوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة. وتعرف جمعية الإداريين الأمريكيين المسؤولية الاجتماعية بأنها استجابة إدارة الشركات إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية. وعرفها (Holmes) هي إلتزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية: لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في النصف الأول من القرن العشرين معروفا بشكل واضح، حيث كانت المؤسسات تحاول جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل ومع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح ظهرت بوادر تبني المؤسسات دورا أكبر تجاه البيئة والمجتمع اللتان تعمل فيهما. مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ركز العديد من الباحثين على ضرورة ابتعاد منظمات الأعمال عن الاهتمام بالأرباح كهدف وحيد إذ تحاول تعظيمه في شتى الظروف والأحوال وبعدها طرح الباحث المعروف في إدارة الأعمال (بيتر دركر) المسؤولية الاجتماعية كأحد المجالات التسعة التي يفترض بمنظمات الأعمال أن تتبنى أهدافا إجتماعية .

2-2- التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية:

تمتد جذور المسؤولية الاجتماعية بالتأكيد قبل الحرب العالمية الثانية المسؤولية الاجتماعية بدأت المسؤولية الاجتماعية بالمشروعات الصناعية ثم امتدت لتشمل كل المؤسسات والمنظمات.

وقد تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة. وقد لاقت فكرة المسؤولية الاجتماعية انتشارا واسعا في الستينيات من القرن الماضي ثم زاد بها الاهتمام بها بعد ذلك حتى ان بعد المنشآت أصبحت تعتبر المسؤولية الاجتماعية نشاطا أساسيا وليس مجرد برامج إضافية. أدت العديد من التحديات إلى تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أهمها:

-العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية (MNCs) Multinational Companies ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

-تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة.

-الكوارث والفوائح الأخلاقية :حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تنكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

وقد أكد (Poon and al) بأن الابتكار والإبداع لهما دور كبير في ترسيخ الصورة الذهنية، ولكنهما لا يكفيان لضمان النجاح، لذلك فقد ازداد الاهتمام بما إذا كانت هذه المنظمات تحمل سجلاً تاريخياً في المسؤولية الاجتماعية أم لا. لذلك فقد أضاف هذا المعيار الاجتماعي عبئاً آخر على المنظمات بحيث أدخلت هذا البعد في استراتيجياتها وقراراتها. وقد حدد (Turban and Greening) مجموعة من فوائد المسؤولية الاجتماعية، فبالإضافة إلى الأداء المالي الأفضل، والزيادة في حجم المبيعات، فإن لها أثراً إيجابياً على الصورة الذهنية للمنظمة لدى المستهلكين.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات يعني تصرف هذه الأخيرة على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمساءلة، ليس فقط أمام أصحاب حقوق الملكية ولكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى. فمن فيهم الموظفين والمستهلكين والحكومة والشركاء والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة. ويعد مفهوم المساءلة مكوناً رئيسياً من مكونات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، كما تعتبر التقارير الدورية للمسؤولية الاجتماعية التي تقدمها هذه المنظمات أداة تسعى عن طريقها لطمأنة أصحاب المصلحة بأنها تعنى باستمرار بما يشغلهم على نحو استباقي وإبداعى عبر كل ما تقوم به من عمليات. وتتضمن تلك التقارير السياسات وإجراءات القياس والمؤشرات الرئيسية للأداء والأهداف في المجالات الرئيسية لنشاط المنظمات.

2-3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد اجمع العديد من الباحثين على أن منظمات الأعمال تمارس عدداً من المسؤوليات الاجتماعية والتي تنحصر ضمن تصنيفين هما: الأخلاقية، والإنسانية تجاه المجتمع المحلي، والموظفين، والعملاء، والموردين، والبيئة، والمساهمين... الخ، وتعتبر المسؤولية الأخلاقية مسؤولية إلزامية وتتعدى في كونها الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية. ومن هذا المنطلق بين (Pride and Ferrell) أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة فيما يلي: (الحمدى، 2003)

أ- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

ب- المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

ج- المسؤولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

د- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

2-4- مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

عادة يعتبر المجتمع المحلي، إضافة إلى البيئة الداخلية للمنظمة الريادية، مجالات مهمة لتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها اتجاه المجتمع، من خلال بذل المزيد من

الرفاهية العامة والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة مثل الأندية الترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم المادي لهم، هذا بالإضافة إلى الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات. وعادة ما ينظر إلى مسؤولية المنظمة تجاه المجتمع المحلي من زوايا مختلفة، فقد تشمل رعاية الأعمال الخيرية، الرياضة والفن، التعليم وتدريب المؤسسات، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي. بالإضافة إلى المجتمع المحلي، تغطي المسؤولية الاجتماعية مجالات مختلفة.

3- فوائد تبني المنظمات الريادية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

أشارت العديد من الدراسات إلى الفوائد المتزايدة التي جنتها المنظمات الريادية جراء تبنيها للمسؤولية الاجتماعية في عملها، ضمن إستراتيجيتها التنظيمية، استجابة للضغوط والتحديات الداخلية والخارجية التي واجهتها تلك المنظمات. ومن أهم فوائد تطبيق المسؤولية الاجتماعية نجد ما يلي: (الحمدى، 2003)

3-1 - الفوائد التي حققتها المنظمات الريادية بالنسبة لها:

- زيادة إنتاجية العمال
- كسب رضا العملاء .
- ساهم في تحسين سمعة المنظمة وبالتالي زيادة مبيعاتها
- أدى ذلك الى ارتفاع قيمة أسهم المنظمة
- زيادة ولاء أكبر للعمال
- معدلات انخفاض في عدد الدعاوى القضائية

3-2 - الفوائد التي حققتها المنظمات الريادية بالنسبة للمجتمع:

- ضمان تنفيذ الحقوق الأساسية (الصحة، التعليم، حقوق العمال...) الخ
- ساهم بدرجة كبيرة في التطوير والتنمية
- ساعد في حماية البيئة والحفاظ على الثروات الطبيعية

4- مهام المنظمات الريادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية

تمثل مهام المنظمات الريادية في نشر وتحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلي: (الكردى، 2011)

أ - المساهمة المجتمعية التطوعية: ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للشركات حديثاً نسبياً. ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي. ويلتزم عدد من الشركات متعددة الجنسيات بالتبرع بنسبة 1% من أرباحها قبل خصم الضرائب لخدمة القضايا المجتمعية. ويمكن للشركات متعددة الجنسية إنشاء مؤسسات بمبالغ وفاقية كبيرة وتقديم منح للمنظمات الدولية غير الهادفة للربح والعاملة في الدول النامية.

ب - العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات. وتستطيع أي منظمة من خلال التفاعل النشط مع عمالها، تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية. ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات. وتستطيع المنظمات الريادية أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها. ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة وموائيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، وتستطيع كذلك مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

ج - حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي: على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الريادية الرؤية وهيئ المناخ العام الذي يساعدها في تحقيق التوازن المسئول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح ومبادئ المسؤولية الاجتماعية. أما على الصعيد الخارجي فان كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية وغيرها من المبادرات.

الخاتمة:

أصبح دور المنظمات الريادية محورياً في عملية التنمية، لذا نجد أنه لم يعد تقييم منظمات الأعمال يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المنظمات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية عبر أنحاء العالم. وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وقد أصبح دور المنظمات الريادية محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي تحقّقها الاقتصاديات المتقدمة في هذا المجال، وقد أدركت المنظمات الريادية أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، مثل هوم المجتمع والبيئة، وإلى ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الأضلاع الثلاثة التي عرّفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة. ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الفرضية المتمثلة فيما يلي: "يساهم وجود المشروعات الريادية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بالمنظمات" صحيحة حسب ما تم التطرق إليه سابقا.

ويوصي الباحث بالآتي:

- 1- يجب على الجهات الرسمية توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى العمال والإطارات في المنظمات الريادية، وضرورة تحديد المعايير الذاتية الداخلية التي تتصل بالولاء والانتماء وبقظة الضمير تجاه فعاليات العمل، أي كل ماله علاقة بالمفاهيم والقيم الأخلاقية للفرد التي ينبغي أن يلتزم بها من أجل النهوض بالمنظمة ربحيا وماديا وثقافيا.
- 2- يجب على الجهات والمؤسسات وضع ضوابط وأسس إجرائية لقواعد المسؤولية الاجتماعية، تتمثل في: إرشاد ممارسيها وتوعيتهم بفاعلية سلوكهم الخلقي تجاه المنظمة، المجتمع، والبيئة، والحلول الواجبة الإتباع فيما يعترضهم من مشكلات حيال قيامهم بأعمالهم.

- 3- تفعيل دور جمعيات حماية البيئة وجمعيات حماية المستهلكين ودعمها مادياً ومعنوياً، على أنها هيئات ذات صفة اعتبارية ولديها الصلاحية في إقرار معايير الممارسات المثالية العليا وتطبيقها على أصحاب المهنة بما يحقق إعادة تأهيل العمال في المنظمات الريادية، وتحديد القيام بأدوارهم.
- 4- تطوير مفهوم الأخلاقيات المهنية كحقل رئيسي من تخصص المسؤولية الاجتماعية. يتناول الأسس والمنهجية النظرية لطبيعة الأخلاقيات المهنية للممارسين وكيفية تتبعها والمشكلات التي تعترض واقع العمل فيه، بجانب الحلول المختلفة التي يمكن اللجوء إليها.
- 5 - قيام المنظمات الريادية والشركات الكبرى الاقتصادية منها والسياسية بإصدار مدونات أخلاقية تكون مرشداً وموجهاً لقرارات المديرين وسلوك العمال في المسؤولية الاجتماعية، في مجالات عمل هذه المنظمات بما يضمن الموازنة والكفاءة والأخلاقيات ومصالح الأطراف المختلفة، هذا إلى جانب العمل المشترك مع مؤسسات المجتمع المدني، من أجل إصدار مدونات أخلاقية لأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.
- 6- اهتمام المنظمات الريادية والمؤسسات الاقتصادية باختبار المديرين والممارسين على أساس متوازن من الكفاءة والخصائص الأخلاقية، بما يضمن أن يكونوا مصدرًا لتعزيز سمعة ومكانة المنظمة، وضمن ذلك يكون الاهتمام بتدريب العمال في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- 7- لا بد أن يتغير مفهوم العلاقات العامة بالمنظمة بحيث تكون مسئوليتها الأساسية أنها مصدر رئيسي لاحتياجاتهم وأن تكون جزءاً حيوياً وشريئاً للمؤسسة وأنها تعبر عن القيم والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع.
- 8- ضرورة تدريس أبعاد أخلاقيات الإدارة والمسؤولية الاجتماعية في أقسام وكرليات إدارة الأعمال والاقتصاد المختلفة، وتدريب الطلاب عليها بحيث تصبح مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ومواثيق الشرف ليست مجرد مبادئ مثالية وإنما أساساً للوصول إلى ممارسة جيدة تخدم المجتمع وترفع درجة المصداقية والتزاهة نحو الجميع.
- 9- وجود نقابة مهنية للمسؤولية الاجتماعية تدافع عن مبادئها وتضع لها دساتير وقوانين ترشد المهنيين وتوجههم وتحدد لهم ما لهم وما عليهم وأن تكون هناك لجنة للقيم والأخلاق بالاتحاد المهني لإدارة الأعمال والتجارة.

المصادر والمراجع:

1. Donald F Kuratko .(2009). Entrepreneurship : Theory ،Process & Practice.1 .
2. Howard H. Stevenson & J. Carlos Jarillo .(1990) .A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management .Strategic Management Journal.27-17 ، 11 ،
3. jerr Boschee & Jim McClurg .(2003) .Toward A Better Understanding of Social Entrepreneurship : Some Important Distinctions .
4. Joao Ferreira .(2002) .Corporate Entrepreneurship : A Strategic & Structural Perspective .International Council for Small Business, 47th World Conference (صفحة 8)San Juan, Puerto Rico: International Council for Small Business.
5. Jyotsna Sethi .(2005) .Entrepreneur & Entrepreneurship.

6. Karina Skovvang Christensen .(2004) .A Classification of the Corporate Entrepreneurship Umbrella: Labels & Perspectives .International Journal of Management Enterprise Development, Vol.315-301 ، (4)1 ،
7. Quick MBA .(2007) .Entrepreneurship, Internet Center for Management & Business Administration .
8. Richard Swedberg .(2007) .Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship . Conference on Marshall (صفحة 10) Japan: Hitotsubashi University.
9. Sergio Postigo, Dante Martineli, Debbie Setuai Jose Dornelas .(2003) .Corporate Entrepreneurship: The case of Brazil & Argentina .تم الاسترداد من www.icesi.edu.co:www.icesi.edu.co/ciela/anteriores/papers/emcor/2.pdf
10. Strategic Management & Entrepreneurship .(2003) .تم الاسترداد من http://media.wiley.com/product_data/excerpt/53/04712305/0471230553-1
11. Terry Noel & Minet Schindehutte Michael Morris .(2001) .Entrepreneurial and the need for Management Control : Efficiency vs. Effectiveness ", (Second Annual USASBE/SBIDA . ,Florida.
12. Thomas W. Zimmerer & Norman M Scarborough .(2005) .Essentials of Entrepreneurship & Small Business Management .New Jersey: 4th éd ,Pearson Prentice Hall.
13. Veronique Bouchard .(2001) .Exploring Corporate Entrepreneurship : A Corporate Strategy Perspective .EMLYON.,
14. أحمد السيد طه الكردي. (2011). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية. مصر: جامعة بنه.
15. طاهر محسن الغالي ، و صالح مهدي العامري. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. عمان: دار وائل للنشر.
16. طاهر محسن منصور الغالي ، و صالح مهدي محسن العامري. (2002). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية. مجلة وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 216.
17. فؤاد محمد حسين الحمدي. (2003). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك. أطروحة الدكتوراه. مصر، مصر: الجامعة المستنصرية.
18. محمد الصيرفي. (2007). المسؤولية الاجتماعية للإدارة. مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر.