

جامعة ميد أوشن



كلية الإدارة

تخصص ريادة أعمال

أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية

"دراسة تطبيقية على الشركات الخاصة بمدينة الرياض"

إعداد الطالبة:

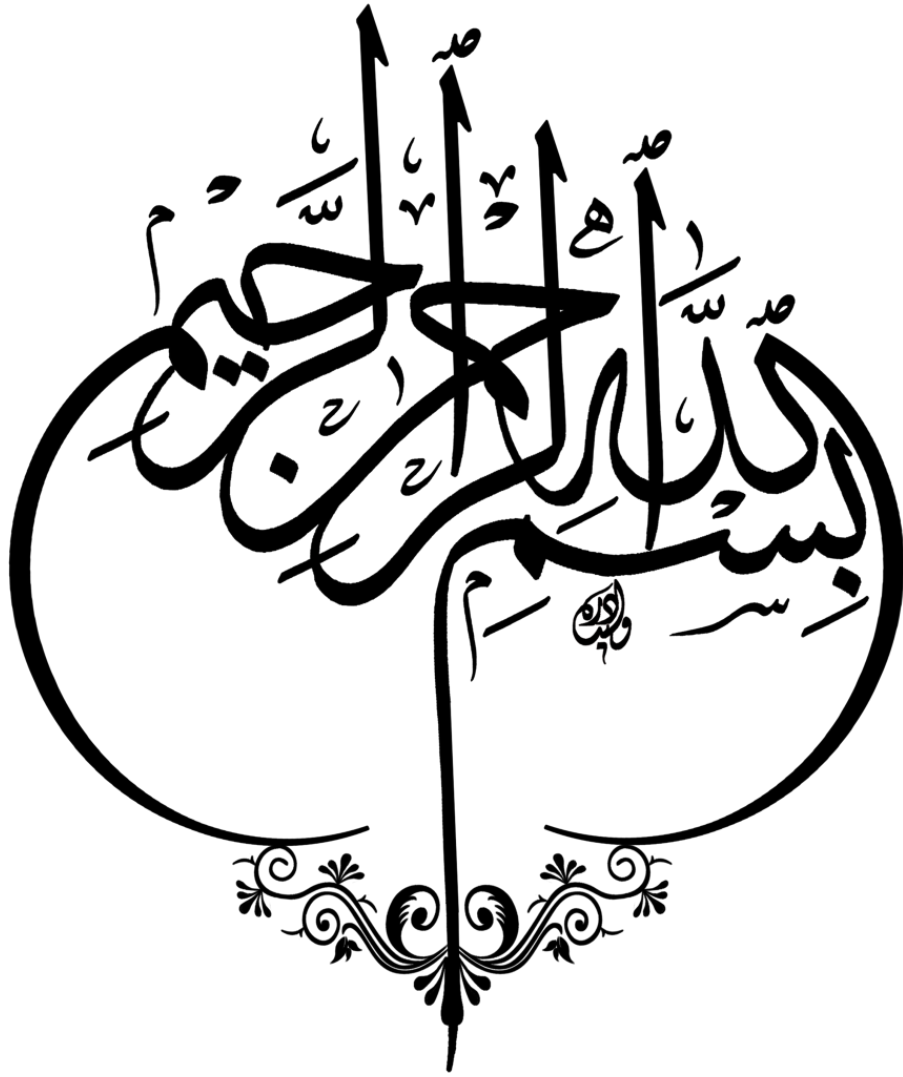
مرام الحسين القرني

232001900

إشراف:

دكتور: احمد راجح

1445-2024



{ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ { (المجادلة: 11).

إِهْدَاء

الى من أناروا لي طريق العلم وساندوني ووفروا لي سبل السعادة والنجاح

الى أمي الغالية من أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي واعتزاني بذاتي والشامخة التي علمتني معنى الإصرار

الى أبي الغالي من أرشدني لطريقي ومازال يرشدني مثلي الأعلى ومصدر فخري وسعادتي الذي لا أرى الدنيا الا به

الى زوجي العزيز من ساندني بعلمي ومسيرتي وكان معي مد يد العون لي دائما ممتنه لقلبك وعطائك

أهديكم هذا البحث المتواضع بحب وامتنان راجية من المولى عز وجل التوفيق والنجاح.



نحمد الله عزوجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور:

د. أحمد راجح

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع

دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلى إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي

والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجياً من المولي

عزوجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى.

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على ريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية بالتطبيق على الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على أداة الدراسة (الاستبانة) والتي تم توزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في (133) موظفًا في الشركات الخاصة بمدينة الرياض، وتم استخدام برنامج (SPSS.23) للتحليل الإحصائي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لتطبيق ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية)، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية (القانونية، الاقتصادية، الأخلاقية)، بما يمكن الشركة من تحقيق أهدافها، وضرورة قيام الشركة بالاستثمار في البرامج المتخصصة بريادة الأعمال لتحسين الأداء الفردي والمؤسسي، وتحقيق ميزة تنافسية، وبالتالي تحقيق الأهداف المخطط لها.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال - المسؤولية الاجتماعية - الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

قائمة المحتويات

بسم الله الرحمن الرحيم..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.	
إهداء.....	ب
شكرو وتقدير.....	د
المستخلص.....	هـ
قائمة المحتويات.....	و
قائمة الجداول.....	ي
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	1
مقدمة.....	1
1.1 مشكلة الدراسة.....	3
2.1 أهمية الدراسة.....	4
② الأهمية العلمية:.....	4
② الأهمية العملية:.....	4
3.1 أهداف الدراسة.....	5
4.1 تساؤلات الدراسة.....	5
5.1 فروض الدراسة.....	6
6.1 نموذج الدراسة.....	7
7.1 الدراسات السابقة.....	7

7.....	أولاً: الدراسات العربية.....
15.....	ثانياً: الدراسات الأجنبية:.....
18.....	8.1 المنطلقات النظرية للدراسة.....
19.....	9.1 المنهجية وطرق البحث.....
19.....	10.1 مصادر البيانات.....
20.....	11.1 أدوات الدراسة.....
20.....	12.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة.....
21.....	13.1 حدود الدراسة.....
22.....	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
22.....	تمهيد.....
23.....	المبحث الأول: ريادة الأعمال.....
23.....	تمهيد.....
23.....	1.1.2 تعريف ريادة الأعمال.....
25.....	2.1.2 أهمية ريادة الأعمال.....
27.....	3.1.2 أهداف ريادة الأعمال.....
28.....	4.1.2 مميزات ريادة الأعمال.....
29.....	5.1.2 أبعاد ريادة الأعمال.....
32.....	المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية.....
32.....	تمهيد.....
32.....	1.2.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية.....

36.....	2.2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية.....
38.....	3.2.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية.....
40.....	4.2.2 عناصر المسؤولية الاجتماعية.....
42.....	5.2.2 أهداف المسؤولية الاجتماعية.....
44.....	6.2.2 معوقات المسؤولية الاجتماعية.....
45.....	7.2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:.....
48.....	الفصل الثالث: المنهجية والتصميم.....
48.....	تمهيد.....
48.....	1.3 منهجية الدراسة:.....
48.....	2.3 مجتمع وعينة الدراسة:.....
51.....	3.3 أداة الدراسة:.....
52.....	4.3 ثبات أداة الدراسة:.....
52.....	5.3 المعالجة الإحصائية:.....
54.....	الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها والتوصيات.....
54.....	تمهيد.....
55.....	1.4 عرض النتائج:.....
55.....	1.1.4 السؤال الأول: ما هو مستوى تطبيق ريادة الأعمال في الشركات الخاصة بمدينة الرياض.
55.....	2.1.4 السؤال الثاني: ما هو مستوى المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بمدينة الرياض.....
63.....	2.4 العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع:.....

64.....	3.4 اختبار فرضيات الدراسة:
64.....	1.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة H_0
66.....	2.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى H_{0-1}
67.....	3.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية H_{0-2} :
69.....	4.3.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة H_{0-3} :
71.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
71.....	1.5 مناقشة النتائج:
74.....	2.5 التوصيات:
75.....	Abstract
76.....	المراجع
76.....	أولاً: المراجع العربية
80.....	ثانياً: المراجع الأجنبية:
82.....	الملاحق
83.....	استمارة استبيان

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
49	جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	(1)
52	جدول (2): قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة	(2)
54	جدول (3): مقياس ليكرت الخماسي	(3)
55	جدول (4): قيم المتوسطات الحسابية	(4)
55	جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقس المتغير المستقل: ريادة الأعمال	(5)
58	جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقس المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية	(6)
59	جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقس بعد المسؤولية القانونية	(7)
60	جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقس بعد المسؤولية الاقتصادية	(8)

62	جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس بُعد المسؤولية الأخلاقية	(9)
63	جدول (10): قيم قوة الارتباط لمعاملات الارتباط	(10)
63	جدول (11): قيم معاملات الارتباط بين المتغير المستقل (ريادة الأعمال) وأبعاد المتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)	(11)
64	جدول (12): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية	(12)
65	جدول (13): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية	(13)
66	جدول (14): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	(14)
67	جدول (15): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في المسؤولية القانونية	(15)
67	جدول (16): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	(16)
68	جدول (17): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال المسؤولية الاقتصادية	(17)
69	جدول (18): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	(18)
70	جدول (19): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في المسؤولية الأخلاقية	(19)

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة

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 إلى التحسن المستمر والفعال للمنظمة ، وأصبحت مجالا تتنافس فيه منظمات الأعمال في الدول المتقدمة والنامية بشكل كبير ، وظهر الدور الهام للشركات الخاصة 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.(يوسف، 2023)

تعتبر منظمات الأعمال هي محور اهتمام المحاسبين والاقتصاديين وقد هدفت المحاسبة خلال جميع مراحلها إلى إنتاج معلومات مالية وغير مالية تعكس الأداء المالي للمنظمة مركزها التنافسي في السوق المال، وقد ازداد الوعي في العقود القليلة الماضية أهمية دور منظمات الأعمال لرعاية الاجتماعية والتنمية المستدامة وظهر الجدل حول القيمة المشتركة التي تتنافس عليها المنظمات حيث أن القيمة الأولى تحاول المنظمة تحقيقها هي أن تقوم بدورها تجاه المجتمع بشكل جيد أما القيمة الأخرى فهي تحقيق مصلحة المساهمين والتي يتم النيل منها في سبيل الاستثمار لتحقيق أهداف اجتماعية وبيئية.(سلام، 2020)

كما تسعى المنشآت إلى البقاء والنمو والربحية، وتتطلع إلى ذلك، وتعمل جاهدة لتحقيق أهدافها التي تصبو إليها، مع وجود العديد من التحديات التي تواجه المنشآت الاقتصادية والصناعية، ومن أهم وأخطر هذه التحديات التي تواجه المنشآت في القرن الحادي والعشرين، ما أطلق عليه اسم "العولمة" والذي

نتج عنها ضغوط وتكتلات، واتحادات، وانفتاح الأسواق وحدة المنافسة بالإضافة إلى ظهور الابتكارات والإبداعات للمنشآت الصناعية والتجارية الخاصة على حد سواء. (مديني، 2020)

إن الدور الذي تؤديه المنظمة في تحقيق الإنجازات الكبيرة من خلال عمليات الابتكار، في جميع الحقول الإدارية والاقتصادية، والتقنية والطبية والهندسية، وفق أساليب عمل جديدة، والذي يعد عملية ديناميكية مستمرة تتعلق للابتكار مشجعا بالقرارات المستمرة مدة طويلة، هنا يبرز أهمية استراتيجية قيادة الأعمال في المنظمة بوصفه عنصرا تنظيمي، ويرى البعض أنه يجب على أي منظمة أو مؤسسة أو شركة أن تمتلك هوية مميزة لها تعكس السمات والصفات الأساسية التي تميزها وتمنحها خصوصية عن غيرها من المؤسسات، فقد تشابه بعض المؤسسات في عناصر ومكونات البيئة المادية من مباني ومعدات وتكنولوجيا وغيرها من الأمور، ولكنها تختلف في فلسفتها وثقافتها ومنتجاتها وكادرها البشري وهذا ما يسهم في تحديد هوية المنظمة ويميزها عن الآخرين. (الدريبان، 2021)

كما أن المسؤولية الاجتماعية تعد من الموضوعات التي نالت اهتماماً كبيراً في الدول المتقدمة منذ فترة طويلة، وأدخلته ضمن خططها وقامت بحملات توعوية واسعة من أجل حث الشركات على تبني هذه المسؤولية والإنفاق على هذا الجانب ومساعدة الحكومة في حل مشكلات المجتمع، إن مناقشة الدور الاجتماعي للشركات والموقف التنافسي من الموضوعات التي أثارت جدلاً واسعاً في الأوساط العلمية والأكاديمية، وكذلك بين رجال الأعمال في القطاع الخاص، إذ نجد أن هناك وجهتي نظر مختلفتين للمسؤولية الاجتماعية تتمثل الأولى في أن منظمات الأعمال وحدات اقتصادية تهدف إلى تعظيم الأرباح، أما الثانية فتري أن المنظمات وحدات اجتماعية يجب أن تلعب أدواراً اجتماعياً متزايدة في بيئاتها، وإذا كانت المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بشقيها السلعي والخدمي قد نشأت تاريخياً تحت تأثير الضغوط التي مارسها جماعات متنوعة مثل العاملين والمستهلكين وجماعات حماية البيئة والمنظمات غير الحكومية أو المجتمعات المدنية، فإنها تطورت خلال العقود الأخيرة تحت تأثير المنافسة والتغيير في توقعات أصحاب المصالح وباتت أكثر فأكثر ممارسة طوعية من منظمات الأعمال التي ظهرت توجهات لتصبح جزءاً من نظام المواطنة الصالحة وشريكاً في التنمية المستدامة. (بلوم، 2023)

ونظراً لأهمية دور المسؤولية الاجتماعية في المجتمعات عامة والشركات الخاصة بالرياض خاصة ومدى تأثيرها بزيادة السائدة في المجتمعات والشركات على حد سواء جاءت هذه الدراسة بعنوان أثر زيادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة بالرياض.

1.1 مشكلة الدراسة

تعد المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأساسية التي من المفترض أن تعطى لها أهمية كبيرة من قبل المنظمات على اختلاف أشكالها وطبيعتها ملكيتها، فقد كان الاعتقاد سائداً بأن المنظمات الحكومية أو منظمات القطاع العام هي فقط التي تتحمل جانب المسؤولية الاجتماعية، ومع تغيير دور الدولة وكثرة منظمات القطاع الخاص وزيادة عدد العاملين فيها وارتفاع الأرباح التي تحققها، كل هذا فرض دوراً اجتماعياً جديداً لهذا القطاع للتعويض عن تضائل دور القطاع العام، لقد بات من المتفق عليه أن منظمات الأعمال ليست بشركات خيرية وأن هدفها الأول تحقيق أعلى معدلات للربحية، ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكير الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية حتى يكون تحقيق الربح عائداً عن أمور مقبولة أخلاقياً أو قانونياً، علاوة على ذلك، فإن الدور الرئيس الذي تلعبه الشركات، كونها المصدر الرئيس للثروة والتحديث وتوليد فرص العمل، يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية وفقاً للمفاهيم الحديثة. (إلياس، 2023)

تواجه الشركات موضع الدراسة تحديات عديدة مرتبطة بانخفاض دعم الإدارة العليا لريادة الأعمال التكنولوجية، وعدم إدراك العاملين بنسبة 50% لأهمية ريادة الأعمال التكنولوجية، بالإضافة إلى عدم مساهمة أنشطة البحوث والتطوير في تحسين مستويات التنمية التي تحقق الاستفادة بالشركات، وقد فرضت هذه التحديات ضرورة تحول الشركات إلى تطبيق ريادة الأعمال التكنولوجية والتي يمكن أن تساهم في تنمية الإبداع والابتكار التكنولوجي بشركات الخاصة موضع الدراسة. (زبدة، 2020)

كما أنه تواجه الشركات الخاصة اليوم سيما منذ بداية الألفية الثالثة منافسة شديدة محلياً وعالمياً في مثل تزايد أعداد هذه الشركات وازدياد حاجات ورغبات أصحاب المصالح الذين يعتبرون جزءاً أساسياً من مكونات هذه الشركات، فكان لا بد لهذه الشركات أن تبحث عن الريادة في جميع العمليات التي

تقوم بها لكي تستطيع الوفاء بالتزاماتها اتجاه جميع عناصر البيئة المتواجدة فيها، وأن تبني الشركات الخاصة المفهوم ريادة الأعمال ربما يسهم إيجاباً في قيامها بدورها في المسؤولية الاجتماعية.(يوسف، 2023)

ومما سبق يمكننا تلخيص مشكلة الدراسة في الاجابة عن تساؤل : ما هو أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية؟

2.1 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية ، والتي لم تتم دراستها بشكل كاف لذلك، من المؤمل أن تكون الدراسة الحالية مجلة علمية حديثة، وتكون هدفاً للباحثين لإجراء الدراسات المتعلقة بنوع الدراسات الحالية، كما تكمن أهمية الدراسات في معالجتها لريادة الأعمال، والمسؤولية الاجتماعية.

• الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها تساهم في توضيح الأطر النظرية لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة من جهة، وفي تفصيل كيفية قياس تلك المتغيرات من جهة أخرى، وتنبع أهميتها مما يلي: تلقي الدراسة الضوء على ريادة الأعمال، المسؤولية الاجتماعية بهذه المواضيع على وجه الخصوص، يقدم توصيات تتعلق أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.

• الأهمية العملية:

تنبع الأهمية العملية لهذه الدراسة من كونها تدرس أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية على الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تحقيق مدى فاعلية تطبيق هذه الأنظمة في مؤسساتهم، ومن هنا فإن هذه الدراسة تساعد الشركات على تبني

سياسات واضحة ومناسبة، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بريادة الأعمال- والمسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال الأخذ في الاعتبار التوصيات التي قدمتها هذه الدراسة.

3.1 أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في أثر ريادة على المسؤولية الاجتماعية الأعمال بأبعادها (المسؤولية القانونية - المسؤولية الاقتصادية - المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.

ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

- التعرف على أثر ريادة الأعمال على المسؤولية القانونية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- التعرف على أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاقتصادية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- التعرف على أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الأخلاقية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تتعلق بريادة الأعمال والمسؤولية الاجتماعية بهدف الاستفادة منها.

4.1 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية القانونية - المسؤولية الاقتصادية - المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية؟

ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتمثل في:

- السؤال الفرعي الأول: ما مدى تأثير زيادة الأعمال على المسؤولية القانونية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية؟
- السؤال الفرعي الثاني: إلى أي مدى تؤثر زيادة الأعمال على المسؤولية الاقتصادية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية؟
- السؤال الفرعي الثالث: ما أثر زيادة الأعمال على المسؤولية الأخلاقية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية؟

5.1 فروض الدراسة

من منطلق أهداف الدراسة ومشكلتها فإننا يمكننا صياغة مجموعة من الفرضيات لهذه الدراسة تتمثل فيما يلي:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لزيادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية القانونية - المسؤولية الاقتصادية - المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.

وينبثق من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التي تتمثل فيما يلي:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لزيادة الأعمال على المسؤولية القانونية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لزيادة الأعمال على المسؤولية الاقتصادية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لزيادة الأعمال على المسؤولية الأخلاقية في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.

6.1 نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى التعرف على أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية القانونية - المسؤولية الاقتصادية - المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.

- المتغير المستقل: ريادة الأعمال
- المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية القانونية - المسؤولية الاقتصادية - المسؤولية الأخلاقية)

7.1 الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة (سلام، 2020)

يهدف البحث إلى اختبار العلاقة بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء والتعرف على الدور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء.

تم استخدام المنهج الوصفي لتوافقه لطبيعة البحث، تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ولاختبار الفروض التي كانت كما يلي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء، هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المدركة، هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المدركة وولاء العملاء، أخيراً جودة الخدمة تتوسط العلاقة بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء، ولاختبار هذه الفروض تم إجراء تحليل الصديق والثبات باستخدام اختبار ألفا كورنباخ.

وتم استخدام أسلوب تحليل المسار Path Analysis وهو أحد أساليب نمذجة المعادلات البنائية Structural Equation Modeling SEM باستخدام برنامج Amos .

وتوصل البحث إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المدركة، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المدركة وولاء العملاء، وجودة الخدمة تتوسط العلاقة بين تبني برامج المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء.

2. دراسة (مديني، 2020)

تهدف هذه الورقة البحثية التعرف على أسباب تراجع تنافسية للقطاع الصحي الخاص بالجزائر لصالح جهات أجنبية باتت تستقطب شرائح كبيرة من المجتمع الجزائري مفضلة ما تعرضه من خدمات علاجية.

حيث اهتمت بتشخيص العوامل المادية، كالتجهيزات والمرافق وتوزيع الأطباء في دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس ومن ثم التطرق إلى مقارباتها علاقة بالقدرة على إدارة العلاقات العامة من خلال دراسة أثر الذكاء الاجتماعي لعينة من الأطباء الخواص بالجزائر على تبني المسؤولية الاجتماعية.

اعتمدنا في هذه الدراسة عبر تطوير لاستبيان ضم 54 سؤالاً مقسم إلى خمس محاور تشمل أبعاد الذكاء الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر لمستويات الذكاء الاجتماعي على تبني المسؤولية الاجتماعي كفلسفة بإمكانها تعزيز صورة الجودة للقطاع، وتوصلت الدراسة بضرورة تفعيل فلسفة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الصحي الخاص وترجمتها عملياً من خلال برامج تأطير جماعي يعزز الصورة الذهنية ويعمل على استعادة الثقة المفقودة.

3. دراسة (نور الدين، 2020)

هدفت الدراسة لاختبار أثر أخلاقيات العمل على المسؤولية الاجتماعية المدركة، استندت الدراسة على نظرية السبب والنتيجة والدراسات السابقة في بناء نموذج الدراسة.

كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الشركات العاملة في مجال البترول، حيث تم استهداف مديري الإدارة الوسطى والدنيا بشركات: النيل الكبرى للبترول، وشركة بترودار للبترول، وشركة بتروانرجي للبترول، البالغ عددهم (714) فرداً.

وتم اختيار عينة غير احتمالية ميسرة من الموظفين بلغت (250) موظفاً وزعت عليهم الاستبانات، تم إعادة عدد (245) استبانة بنسبة (98%) من جملة الاستبانات الموزعة، وتحليل البيانات واختبار الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي التحليلي المناسبة لهذه الدراسة وأساليب الإحصاء التحليلي (التحليل العاملي، ارتباط بيرسون، تحليل المسار أموس 22) وذلك من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.21).

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود علاقة إيجابية بين أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية المدركة.

وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها: على شركات البترول ضرورة تبني مفهوم أخلاقيات العمل ومفهوم المسؤولية الاجتماعية المدركة للاستفادة القصوى من ذلك في تحقيق أهدافها.

4. دراسة (زبدة، 2020)

هدف الدراسة: تعرف أثر الأداء المالي المتمثل في كل من: العائد على الأصول، والعائد على أموال الملكية، والعائد على السهم، وصافي الربح، بالإضافة إلى حجم البنك، ورأس المال المدفوع؛ بوصفها متغيرات ضابطة-على المسؤولية الاجتماعية للبنوك المدرجة في بورصة فلسطين.

تصميم/منهجية/طريقة الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة جوانب المسؤولية الاجتماعية، وتحليل البيانات السنوية المتعلقة بمشكلة الدراسة.

عينة الدراسة وبياتها: طبقت الدراسة على الأعوام المالية من 2010-2019 للبنوك المدرجة في بورصة فلسطين وعددها سبعة بنوك، وطبق نموذج الانحدار المتعدد على البيانات المقطعية، وباستخدام طريقة التأثيرات الثابتة، وطريقة (GMM)، وبرنامج Eviews، وذلك بعد تحويل البيانات المستخدمة إلى بيانات ربعية لزيادة عدد المشاهدات والخروج بنتائج أكثر دقة.

نتائج الدراسة: من أهم ما توصلت إليه الدراسة أن العلاقة كانت سلبية بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك وكل من العائد على السهم، والعائد على الأصول، العائد على أموال الملكية، أما ما يخص أثر كل من صافي الأرباح، ورأس المال المدفوع، وحجم البنك، على المسؤولية المجتمعية؛ فقد كانت العلاقة إيجابية طردية. أصالة الدراسة: كلما زادت الأرباح السنوية، ورأس المال المدفوع للبنك، وحجم البنك متمثلاً في مجموع الموجودات، أثر ذلك إيجابياً على مشاركة البنوك المدرجة في بورصة فلسطين في نشاطات المسؤولية الاجتماعية، في حين كان التأثير سلبياً بين نسبة كل من العوائد الموزعة على السهم، والعائد على أموال الملكية، والعائد على الأصول وبين المسؤولية الاجتماعية لهذه البنوك.

أصالة الدراسة: ركزت معظم الدراسات في موضوع المسؤولية الاجتماعية على دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، في حين بحثت هذه الدراسة الموضوع بصورة عكسية من خلال دراسة تأثير مؤشرات الأداء المالي على درجة مساهمة البنوك الفلسطينية المدرجة في المسؤولية الاجتماعية، للاستفادة من نتائجها في تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية لدى الشركات.

حدود الدراسة وتطبيقاتها: طبقت هذه الدراسة على البنوك الفلسطينية، وتحديد البنوك المدرجة في بورصة فلسطين، وعددها سبعة بنوك؛ نظراً لأن هذه البنوك تركز نشاطاتها تجاه المسؤولية الاجتماعية في الأراضي الفلسطينية بعكس البنوك الوافدة.

5. دراسة (عرقاوي، 2020)

يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة والأثر ما بين تطبيق الابتكار الإداري واستراتيجية قيادة الأعمال من حيث (الإبداع، هجومية التنافس الاستباقية، وتبني المخاطر في الشركة الإسلامية الفلسطينية للتنمية كدراسة حالة.

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي اعتماداً على منهجية أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية وذلك من خلال استخدام برنامج التحليل الإحصائي المتقدم (Smart PLS3) لاختبار فرضيات الدراسة.

وتكون مجتمع البحث من الموظفين العاملين في المواقع الإشرافية للشركة والبالغ عددهم (80) عضواً، وقد تم اختيار أسلوب الحصر الشامل لجمع بيانات الدراسة.

أثبتت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط وأثر بين بعد الابتكار الإداري واستراتيجية قيادة الأعمال للعاملين في الشركة الإسلامية الفلسطينية للتنمية بالإضافة إلى ذلك، بينت نتائج التحليل الإحصائي قبول الفرضيات الفرعية بين بعد الابتكار الإداري وأبعاد استراتيجية قيادة الأعمال من حيث (الإبداع، هجومية التنافس الاستباقية، وتبني المخاطر)، ويظهر تأثير هذا البحث في ضرورة اهتمام الشركة بتعزيز الابتكار الإداري وبمكونات استراتيجية قيادة الأعمال من خلال إزالة جميع العوائق التي تحول دون وصولها للأفراد؛ وذلك من خلال إعطاء العاملين الحرية الكاملة في ابتكار أساليب إدارية حديثة للتخلص من جمود الهيكل التنظيمي، ومحاولة استحداث قسم خاص بالابتكار من ذوي الأفكار الإبداعية والريادية بما يتوافق مع متطلبات العصر.

6. دراسة (المجروب، 2020)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الخفة الاستراتيجية في قيادة الأعمال من خلال الدور الوسيط لإدارة المواهب في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت.

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة وتم تصميم استبانة الدراسة وتوزيعها. اشتمل مجتمع الدراسة على كل العاملين في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت والبالغ عددهم (13412) موظفاً، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة مؤلفة من 373 شخص لتوزيع استبانة الدراسة وقد تم استرداد 328 صالحة للتحليل تمثل ما نسبته 87.9% من عينة الدراسة.

وقد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في ريادة الأعمال بأبعادها مجتمعة في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت، ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في إدارة المواهب في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت، كما تبين وجود أثر لإدارة في ريادة الأعمال في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت، ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في ريادة الأعمال بأبعادها مجتمعة في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت من خلال استخدام إدارة المواهب كمتغير وأوصت الدراسة بما يلي: إشراك الموظفين في عملية وضع الخطط التي تتعلق بعملهم، وضع خطط خاصة بإدارة الموهوبين في الوزارة، الوزارة لدعم الأفكار الجديدة في عملية تقديم الخدمة، تدريب الموظفين على فن تحمل المخاطر.

7. دراسة (بلوم، 2023)

هدفت هذه الدراسة إلى تقدير أثر ريادة الأعمال على الصادرات الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2020، وهذا بالاعتماد على عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونسبة إجمالي التشغيل كمتغيرين مستقلين يعبران عن ريادة الأعمال وكذا متغير الصادرات كدلالة على قدرة الاستيراد (بالأسعار الثابتة للعملة المحلية) كمتغير تابع يعبر عن حجم الصادرات.

وهذا باستعمال منهج الانحدار الذاتي للتباطؤات الموزعة عبر الزمن (ARDL)، مع الاستعانة

ببرنامج التحليل الإحصائي (10) EVIEWS.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر للمتغيرات المستقلة (عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونسبة إجمالي التشغيل) على المتغير التابع (الصادرات) للجزائر خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2021.

8. دراسة (الدريبان، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى أثر القدرات الديناميكية بأبعادها (الموارد، العمل الجماعي، التمكين حل المشكلات) في ريادة الأعمال والمتمثلة بأبعادها (تحمل المخاطر، الابتكار، الاستباقية، انتماء الفرص) من خلال المتغير الوسيط تكنولوجيا المعلومات في المشاريع الصغيرة في دولة الكويت.

تكون مجتمع الدراسة من مالكي المشاريع الصغيرة في دولة الكويت والبالغ عددها (3465) مشروعاً ممولاً من الصندوق الوطني لدعم المشروعات الصغيرة، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم تطوير استبانة لجمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة استراتيجية المعاينة باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، مستخدماً الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، حيث تم توزيع (384) استبانة، وقد تم استرداد (297) استبانة صالحة للتحليل، وقد شكلت ما نسبته (77.34%) من الاستبانات الموزعة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أنه يوجد أثر للقدرات الديناميكية بأبعادها: (الموارد، العمل الجماعي، التمكين، حل المشكلات) في ريادة الأعمال بأبعاده مجتمعه في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت"، كما أنه يوجد أثر للقدرات الديناميكية بأبعادها: (الموارد والعمل الجماعي والتمكين وحل المشكلات) في ريادة الأعمال من خلال تكنولوجيا المعلومات كمتغير وسيط في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة الاهتمام بتعزيز القدرات الديناميكية في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بتعزيز مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت، وضرورة الاهتمام بمتابعة تحقيق الريادة في أعمال المشروعات الصغيرة في دولة الكويت.

9. دراسة (يوسف، 2023)

هدفت هذه الدراسة لمعرفة أثر تفويض السلطة على ريادة الأعمال في منظمات المجتمع المدني السوري في مدينة غازي عينتاب التركية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد استبانة لغرض جمع المعلومات المطلوبة، وقد تم اختيار عينة الدراسة من (100) موظفة في منظمات المجتمع المدني السوري في مدينة غازي عينتاب التركية وبعد جمع الاستبانات الموزعة وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss.

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تفويض السلطة وريادة الأعمال في منظمات المجتمع المدني السوري، إضافة إلى أن تفويض السلطة له تأثير إيجابي في العديد من الأمور التي تؤدي بمنظمات المجتمع المدني السوري إلى الريادة في عملها.

10. دراسة (إلياس، 2023)

سلطت هذه الدراسة الضوء على أثر ريادة الأعمال الاجتماعية على التنمية المحلية، وكان ذلك على مستوى جمعية حراء ولاية بشار.

حيث أصبح من الضروري ولا سيما في الوقت الحالي تبني ثقافة قوية لكسب المزيد من رواد الأعمال الاجتماعيين من خلال إبراز أهم المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال الاجتماعية والتنمية المحلية، ولتجسيد إلى أهداف الدراسة تم القيام بدراسة ميدانية شملت جمعية حراء بولاية بشار، حيث تم إجراء مقابلة مع رئيسة الجمعية وفي ضوء ذلك.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في جمع البيانات بواسطة استعمال المقابلة الشخصية وتحليل نتائجها لاختبار فرضية الدراسة، حيث تم اختبار الفرضية.

وخلصت الدراسة إلى أن لريادة الأعمال الاجتماعية دورًا كبيرًا في التنمية المحلية، إضافة إلى ذلك تعزيز قوة روح الشباب من أجل الابتكار والتطور على المدى البعيد.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Antoncic,2021)

يناقش الباحث في هذه الدراسة الحاجة إلى رفع مستوى الاستدامة، إذ يجب أن تقوم كل لجنة من لجان مجلس الإدارة بدورها في ضمان اعتماد الشركة لإطار عمل قوي حول الاستدامة، على نفس القدر من الأهمية من قياس وإدارة مخاطر الاستدامة، إذ تحتاج جميع لجان مجلس الإدارة الرئيسية إلى فهم التأثير الذي يمكن أن تحدثه المخاطر النظامية الكلية العالمية على الشركة والتأثير الذي يمكن أن تحدثه الشركة على العوامل الخارجية والتي يمكن أن تؤثر على سمعة الشركة في وتحتاج المجالس إلى التأكد من أن كل قرار استراتيجي يتم اتخاذه من منظور الاستدامة لن يؤدي ذلك إلى تعزيز تأثيرها المجتمعي فحسب، بل يمكن أن يكون محركاً رئيساً للأداء، لذا يمكن أن يكون التركيز الاستراتيجي على الاستدامة على مستوى مجلس الإدارة مصدر ميزة تنافسية، إذ تحتاج مجالس الإدارة إلى قياس وفهم بصمة السمعة الخاصة بالاستدامة وقياس أداء أنفسهم مقابل أقرانهم باستخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، يمكن لمجلس إدارة الشركة دمج بيانات الاستدامة في نموذج أعماله والقرارات الاستراتيجية لمنحة ميزة تنافسية مقابل أقرانه كما تحتاج المجالس إلى طلاقة كافية في أحدث تقنيات الاستدامة لتطبيق المعلومات الإحصائية المتقدمة المستندة إلى البيانات لتحسين سمعتها للاستدامة، مما يقلل من تكلفة رأس المال ويحسن المقاييس المالية الأخرى.

2. دراسة (Alobidye,2020)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق ريادة الأعمال على الشركات الصناعية الأردنية الحائزة على جائزة الملك عبد الله الثاني للتميز.

لتحقيق الدراسة الموضوعية، تم تطوير استبيان لغرض جمع البيانات تكونت عينة الدراسة من (200) موظف اختيروا بطريقة عشوائية طبقية تناسبية تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 19) التحليل البيانات.

توصلت الدراسة إلى النتائج المهمة التالية: كانت تصورات أفراد عينة الدراسة على مستوى الذكاء الاستراتيجي في الشركات محل البحث ذات مستوى متوسط، وكانت تصورات أفراد عينة الدراسة على مستوى تحقيق ريادة الأعمال في الشركات محل البحث من مستوى متوسط

وتوصي الدراسة بالتركيز على المبادرة والمخاطرة باغتنام الفرص وتوسيعها في الأسواق، وكذلك عقد الصفقات بين الشركات والتحالفات بما يساعد في تقديم خدمات متميزة بين الشركات الأخرى. علاوة على ذلك، توصي بدعم مبادرات ريادة الأعمال من قبل مديري الشركات التي تم البحث عنها من خلال توفير بيئة عمل تستخدم / تشجع / توسع الطاقات وتولد الأفكار التي تساهم في إنشاء مشاريع ريادية تقود الشركات إلى النمو والاستمرار.

3. دراسة (Shuja al-Din, 2018)

تهدف هذه الدراسة إلى: تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتحديد مكانة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشريعة الإسلامية. وتحديد مكانة المسؤولية الاجتماعية للشركات في القوانين الوضعية. وتحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والشريعة الإسلامية. وتحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والقوانين الوضعية.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليل من خلال اعداد استبانة واستخدام برنامج (SPSS)

أهم النتائج: وأظهرت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوم حديث. وأظهرت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها مكانة مهمة في الشريعة الإسلامية. وأظهرت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها مكانة مهمة في القوانين الوضعية. وأظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين

المسؤولية الاجتماعية للشركات والشريعة الإسلامية. وأظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والقوانين الوضعية.

أهم التوصيات: توصي الدراسة بضرورة تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتوصي الدراسة بضرورة نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الشركات والمجتمع. وتوصي الدراسة بضرورة سن قوانين تدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات.

4. (Luguel, et al., 2016)

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى: وتحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وتحديد أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية. وتحديد معايير قياس المسؤولية الاجتماعية.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليل من خلال اعداد استبانة واستخدام برنامج (SPSS)

أهم النتائج: أظهرت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم حديث. وأظهرت الدراسة أن للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة للمؤسسات. وأظهرت الدراسة أن للمسؤولية الاجتماعية العديد من الأبعاد. وأظهرت الدراسة أنه توجد معايير لقياس المسؤولية الاجتماعية.

أهم التوصيات: توصي الدراسة بضرورة تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات. وتوصي الدراسة بضرورة نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية بين الشركات والمجتمع، وتوصي الدراسة بضرورة وضع معايير لقياس المسؤولية الاجتماعية.

5. دراسة (Santos & others ,2023)

الهدف من هذه الدراسة هو التحليل من خلال مراجعة الأدبيات المنهجية، لتطور موضوع البيئة الاجتماعية والحوكمة (ESG) في الجامعات، وربط المتغيرات وتقديم بانوراما الجامعات أمريكا اللاتينية. إذ تم استخدام مراجعة الأدبيات.

تم استخدام قاعدة بيانات Web of Science لجمع البيانات كمنهج، وتم استخدام مجموعة من الكلمات الرئيسية البيئية والاجتماعية والحوكمة وطريقة التصنيف مما أدى إلى تصنيف 111 مقالة في برنامج Zotero بعد التصنيف، تم تحليل هذه المنشورات في برنامج VOSviewer.

وتظهر النتائج الأدلة الرئيسية حول ESG والجامعات أن أهميتها تتزايد في جميع أنحاء العالم مع التركيز على إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا، تليها البرازيل في المرتبة الرابعة فيما يتعلق بعدد الأوراق المنشورة في جميع أنحاء العالم. وكانت المجالات الأكثر تمثيلاً هي الحوكمة والاستدامة والتعليم العالي والحرم الجامعي المستدام وعلوم البيئة والبيئة والعلوم والتكنولوجيا، وقد عملت المجالات التي تقدم المزيد من الأوراق المنشورة تحت هذا الموضوع هي المجلة الدولية للاستدامة في التعليم العالي مجلة الإنتاج الأنظف والاستدامة أما بالنسبة للمؤلفين الأكثر صلة، فقد تم تحديد الأوروبيين Lozano و Leal Filho و Velasquez من المكسيك و Brandli من البرازيل.

ومن أهم النتائج تحسين الاستدامة في الجامعات والحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية في أمريكا اللاتينية، والسماح باستكشاف العديد من المؤشرات والتفكير فيها، مما يتيح تقييم وتخطيط الإجراءات لتحسين القدرة التنافسية.

8.1 المنطلقات النظرية للدراسة

قد اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من النظريات المتمثلة فيما يلي:

النظرية المعرفية: حيث أنها اعتمدت على مشكلة لدراسة ومحاولة حلها من خلال افتراض مجموعة من الفرضيات والوصول إلى الإجابة عن صحة هذه الفرضيات من خلال الاستبانة والتحليل الإحصائي واستخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات حول هذه الدراسة، علاوة على أن الباحث قام بالاستعانة بمجموعة من المراجع والدراسات السابقة في دراسته بهدف جمع البيانات والمعلومات التي يمكن الاستفادة بها في هذه الدراسة، ويقوم الباحث بنفسه بهذه الدراسة من خلال معرفته واكتشافه لكافة التعريفات التي يحتاجها في هذه الدراسة.

النظرية البنائية: نظرا لاعتماد الباحث في هذه الدراسة على مجموعة من الخبرات السابقة كالرجوع إلى كتب علماء سابقين عن نفس الموضوع، أو الاعتماد على مراجع سواء كانت (رسائل علمية سابقة- أو أحد المقالات وغيرها) من المراجع التي قام باعتماده عليها في الحصول على المعلومات الواردة في دراسته والعمل على فهمها وإعادة صياغتها بطريقته بما يهدف تحقيق هدف الدراسة واستخلاص نتائجها وتوصيتها.

9.1 المنهجية وطرق البحث

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر ريادة الأعمال بأبعادها (الابتكار- المخاطرة- الاستباقية) على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية الطوعية- المسؤولية الاجتماعية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها ويعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

10.1 مصادر البيانات

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على أثر ريادة الأعمال بأبعادها (الابتكار- المخاطرة- الاستباقية) على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية الطوعية- المسؤولية الاجتماعية) في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.

11.1 أدوات الدراسة

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

12.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات للعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات للعاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرو نباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع

13.1 حدود الدراسة

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بقياس أثر قيادة الاعمال على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها في الشركات الخاصة بالرياض بالمملكة العربية السعودية.
- حدود مكانية: الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.
- حدود زمانية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية: تم التطبيق على العاملين في الشركات الخاصة بالرياض في المملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

تلعب ريادة الأعمال دورًا حيويًا في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات والمجتمعات على حد سواء مع تطور الاقتصاد العالمي والتغيرات السريعة في الأسواق، أصبحت الشركات الناشئة والمحترفة في ريادة الأعمال مؤثرة بشكل كبير في معالجة التحديات الاجتماعية والبيئية، يرتبط تأثير ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية بتعزيز الابتكار وتقديم حلول مبتكرة للمشكلات المجتمعية، مثل تحسين جودة الحياة، وتقليل الفقر، وتعزيز الاستدامة البيئية.

كما تساهم ريادة الأعمال في خلق فرص عمل جديدة، مما يساعد على تحقيق تنمية اقتصادية شاملة ومتوازنة. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر رواد الأعمال أكثر قدرة على التكيف مع الاحتياجات المجتمعية المتغيرة والاستجابة لها بشكل سريع وفعال، مما يعزز دورهم في بناء مجتمعات أكثر عدالة واستدامة.

ومن ثم تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:

- المبحث الأول: ريادة الأعمال
- المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية

المبحث الأول: ريادة الأعمال

تمهيد

إن فكرة ريادة الأعمال ليست ظاهرة جديدة ولا هي نتاج القرنين الثامن عشر والتاسع عشر كما لوحظ في الأدب الغربي، وعلى الرغم من أنها كانت أول كلمة استخدمها الخبير الاقتصادي الفرنسي كانتيلون في عام 1755 وأعيد استخدامها من قبل جان بساي في بداية القرن التاسع عشر إلا أن ممارسة ريادة الأعمال أقدم من ذلك بكثير، حيث كان التجار من حضارات الموجودة بلاد ما بين النهرين هم أول رواد. (زيادة، 2021)

كما أعتبر التجار والحرفيون الذين جاءوا مع الحملات العسكرية والفتوحات أيضاً من رواد أعمال والأكثر اتساماً بروح المبادرة، على الرغم من أن معظم العلماء يتفقون على أهمية ريادة الأعمال في تجديد الاقتصاد ومساهمته في النمو الاقتصادي من خلال الابتكار الإبداع واغتنام الفرص السوقية إلا أنه يزال العلماء يجادلون حول تعريف وأدوات قياس ريادة الأعمال، ويتفق حول أن مفهوم ريادة الأعمال ليست مجرد فكرة ريادية تطبق في بيئة الأعمال وتؤثر على المنظمات وحسب، بل أنها مفهوم يشير إلى قيادة الاقتصاد في النظرية الاقتصادية والمساهمة في النمو الاقتصادي والقدرة التنافسية في مختلف القطاعات والمجالات مما يساعد في ظهور أنماط جديدة من القيادة في المجالات الفكرية والثقافية والرقمية والعالمية وحتى المجتمعية. (Al-Majroob et al, 2020)

1.1.2 تعريف ريادة الأعمال

إن مصطلح ريادة مأخوذ من الجذر "راد" أي قاد وسير والاسم منها زيادة" أي رئاسة وقيادة وبالتالي فإن ريادة الأعمال المقصود منها الإشارة إلى قيادة الأعمال تسييرها بهدف الوصول إلى المبتغى المفترض سابقاً من خطة موضوعة.

وعند القول إن منظمة ما تعتبر ضمن المنظمات الرائدة فهنا المقصود أن هذه المنظمة قادرة على الإدارة والقيادة والتنظيم والتطوير للمشروعات القائمة فيها أو المشروعات التي لها فرصة فيها بطريقة غير تقليدية ومبتكرة في بيئة غير مستقرة ومحفوفة بالمخاطر. (حسين، 2019)

وكلمة "ريادة" هي أصلاً مأخوذة من اللغة الفرنسية والتي تعني القيام بشيء ما على نحو مختلف، حيث أنه وفي أوائل القرن السادس عشر كان يشار إلى الفرنسيين الذين نظموا وقادوا الحملات العسكرية باسم رواد الأعمال، وقد استخدم المصطلح للمهندسين المعماريين ومقاولي الأشغال العامة في تلك الفترة، وتم استخدام مصطلح "ريادة" على الأعمال في البداية من قبل الاقتصادي الفرنسي، Cantillon

في القرن الثامن عشر حيث قام بتعيين تاجر يقوم بشراء وسائل الإنتاج لدمجها في منتجات قابلة للتسويق. قام رجل فرنسي آخر بتوسيع أفكار Cantillon ووضع تصور لرجل الأعمال كمنظم لشركة أعمال وهو أمر أساسي لوظائف التوزيع والإنتاج بالإضافة إلى التأكيد على أهمية ريادة الأعمال في العمل، لم يفعل سوى القليل من خلال تحليله للمبادرة، أصبحت الكلمة مستخدمة حتى يومنا هذا. (مسلم، 2023)

واكتسبت ريادة الأعمال أهمية على مدار العقود الماضية على مستوى الاقتصاد الكلي مما جعلها محركاً قوياً للنمو الاقتصادي وعلى المستوى الجزئي كعامل لتجديد المنظمات من الناحية الفكرية وابتكار منتجات وعمليات جديدة.

تعرف ريادة الأعمال ببساطة على أنها الجمع بين الأفكار والعمل الجاد والتكيف مع سوق الأعمال المتغير من خلال الانتباه إلى متطلبات السوق الفرص المتاحة والإدارة. (الشورة، 2023)

أما (Pato) فقد عرف ريادة الأعمال على أنها الحالة التي دائماً ما تبحث فيها المنظمة عن شيء جديد والاستغلال الأمثل للأفكار الخلاقة والابداعية بشكل يكون فيه فرص مربحة للمنظمة ولكن عادة ما يكون مقرون بقبول المخاطرة وعدم اليقين من الخطوات المتبناة. (AL Duwailah et la, 2020)

ويشير البعض إلى أنه غالباً ما يكون الطريق إلى ريادة الأعمال مليئاً بمفاجئات غير متوقعة ومخاطر مختلفة وفرص الخطط عديدة من الممكن أن تنجح أو لا تنجح بالإضافة إلى المخاطر البيئية

الموجودة في بيئة الأعمال الداخلية والخارجية وتقلب الأسواق وخلافه من الأمور التي تعطي بعدا جديدا للكثير من الفرص المتغيرة والمتجددة في مجال الريادة في الأعمال. (ابن كليب، 2023)

وريادة الأعمال هي مفهوم أكثر ما يكون مرتبط بالنمو الاقتصادي وفاعلية تعريفه تكمن بأن ريادة الأعمال عبارة عن أنشطة تحويل الأفكار الابداعية والخلاقة إلى فرص اقتصادية على اعتبار أنها مصدر للابتكار والتغيير وبالتالي تحفز التحسينات في الإنتاجية والقدرة التنافسية الاقتصادية.

2.1.2 أهمية ريادة الأعمال

يؤكد (Gedeon) أن ريادة الأعمال هي جزء مهم من الاقتصاد الوطني، حيث أنها عامل مهم في خلق وزيادة فرص العمل وتعزيز النمو الاقتصادي لسنوات عديدة، حدد صانعو السياسات رواد الأعمال بوصفهم محركين مهمين للتوظيف والابتكار والنمو الاقتصادي.

وينظر إلى ريادة الأعمال على أنها نشاط حاسم لتجديد النمو الاقتصادي والحفاظ عليه في المنظمات القوية وأيضا كوسيلة لزيادة فرص العمل والإنتاجية في المناطق المحرومة أو في البلدان النامية، حيث أنها مصدر مهم لخلق فرص العمل والحد من الفقر. (محمود، 2023)

ويرى آخرون أن دراسة السلوك الريادي في جميع أنحاء العالم تعطي صورة واضحة عن الفجوة بين الجنسين في إنشاء المشاريع وأنشطة الملكية وتظهر الفجوة بين الجنسين في تنظيم المشاريع بعدا وخصائص متباينة، وهناك فجوة كبيرة بين الجنسين في كل من مشاركة المشاريع في مرحلة مبكرة وملكية الأعمال الثابتة وهذه الفجوة بين الجنسين هي الأكبر في مجموعة البلدان ذات الدخل المرتفع بغض النظر عن نوع النشاط. (Asil, 2020)

أشار البعض إلى أن ريادة الأعمال هي أيضا واحدة من الخصائص الأساسية التي تتطلبها المنظمة وغالبا ما يتم التمييز بين دور رائد الأعمال والمدير والقائد باعتباره ثلاثة أدوار مهمة ومميزة ضرورية لتطوير الأعمال التجارية، حيث يخلق ريادي الأعمال فرصا جديدة للمنظمة ويوفر القائد مصدر إلهام للفريق للعمل معا لتحقيق استراتيجية العمل ويقوم المدير بتنظيم موارد المنظمة، اذن فان ريدة الأعمال لديها

القدرة على خلق تناغم وتفاعل بين المستويات داخل المنظمة مما ينعكس ايجاباً عليها من الخارج من ناحية الأداء والميزة التنافسية من وجهة نظر أخرى. (زيادة، 2021)

فقد أشار (nevenhoven) إلى أن ريادة الأعمال بإمكانها تحقيق الكثير من المنفعة للمنظمات والأفراد الأمر الذي من شأنه أن يعكس تأثيراً ايجابياً على الاقتصاد ككل ومن ضمن المنافع التي من الممكن تحصيلها من ريادة الأعمال هي احداث التغيير والتحول المطلوب مع تغييرات اسوق واختلافها ضمن أطر التطور التكنولوجي والتقني الوصول إلى العديد من المشاريع المهمة والقادرة على تحقيق الفائدة للمنظمة بشكل خاص والدولة ككل بشكل عام.

ومما سبق يرى الباحث أنه عادة ما تكون صفة الريادة موجودة أكثر في القطاع الخاص، وهذا القطاع يساهم وبشكل فاعل في تنمية الاقتصاد الأمر الذي يقودنا إلى أن الريادة في القطاع الخاص هي فعليا من مصلحة الدولة ككل وليس فقط الأفراد كما أن ريادة الأعمال واحدة من الكثير من الأفكار التنموية التي تساعد في خلق وايجاد فرص عمل جديدة ومبتكرة كفيلة بتشغيل الشباب والخريجين الجدد ومساعدتهم في سوق العمل، كما وأن ريادة الأعمال أحد أهم الحوافز الكفيلة بتير هيكلية السوق المحلي من خلال زيادة مستوى الابداع والابتكار والوصول إلى أعلى مراحل التنمية المستدامة.

إن العديد من رواد الأعمال أشاروا إلى أهمية ريادة الأعمال، وقدرتها البالغة في استيعاب الأفراد وتفهم حاجاتهم ورغباتهم تجاه العمل، حيث تعد من إحدى أهم الركائز لتطوير الاقتصاد الكلي للدولة، وتعمل على تحفيز الابتكار والإبداع، وذلك بعمل البحوث باستمرار عن الفرص البديلة، والعمل على تبنيها وتنفيذها. (مسلم، 2023)

وتأتي أهمية ريادة الأعمال في القدرة الكامنة لدى الفرد في تحمله المسؤولية الكاملة عن العمل، ونوع الأعمال الراغب في تبنيها وتنبيع أهمية ريادة الأعمال على مستوى الفرد في أن صاحبها يحقق أرباحاً مالية أفضل من غيرها من الأعمال، وتمكنه من العيش بمستوى مادي جيد، فضلاً عن أن ريادة الأعمال تساعد صاحبها في توليد عمليات تساعد صاحبها في توليد عمليات الابتكار والإبداع لديها مما يؤهل المؤسسة للخروج من النطاق المحلي والانطلاق إلى العمل العالمي.

3.1.2 أهداف ريادة الأعمال

ريادة الأعمال هي المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي والابتكار في أي مجتمع، تحمل في طياتها العديد من الأهداف التي تتجاوز مجرد تحقيق الأرباح، لتشمل التنمية الشاملة للمجتمع، وتحقيق الاستدامة الاقتصادية، وتشجيع الابتكار، وخلق فرص العمل، وتعزيز التنافسية. (العقرباوي، 2023)

أحد الأهداف الأساسية لريادة الأعمال هو تحقيق الربحية والنمو، الربحية تعد الهدف الأساسي لأي مشروع ريادي، حيث تتيح للشركات الاستثمار والتوسع، تعكس الأرباح قدرة الشركة على تقديم قيمة مضافة لعملائها بشكل فعال وكفاء، ويتجاوز النمو في ريادة الأعمال مجرد زيادة الإيرادات إلى التوسع في الأسواق، وتحسين المنتجات والخدمات، والابتكار المستمر، يهدف النمو المستدام إلى تحقيق استقرار طويل الأمد للشركة، مما يعزز من قدرتها على المنافسة والبقاء في السوق. (بختاوي، 2022)

تلعب ريادة الأعمال دورًا كبيرًا في خلق فرص العمل، تُعد الشركات الناشئة والصغيرة مصدرًا رئيسيًا لتوليد الوظائف، مما يساعد في تقليل معدلات البطالة وتحسين مستوى المعيشة للأفراد بالإضافة إلى ذلك، تساعد هذه الشركات على تطوير مهارات جديدة لدى العاملين من خلال التدريب والتطوير المستمر، مما يساهم في بناء قاعدة عملاء قوية وداعمة. (الشريف، 2023)

الابتكار والتطوير هما من الأهداف الجوهرية لريادة الأعمال، تشجع ريادة الأعمال على الابتكار من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة أو تحسين العمليات الحالية، وهو ما يعد عنصرًا أساسيًا في تحقيق ميزة تنافسية في السوق، تستثمر الشركات الريادية بشكل كبير في البحث والتطوير لتلبية احتياجات العملاء المتغيرة والبحث عن حلول جديدة للمشاكل القائمة، مما يدفع عجلة التقدم والتطور. (Abbas, 2020)

تهدف ريادة الأعمال أيضًا إلى تحسين جودة الحياة من خلال تلبية احتياجات المجتمع، تقدم الشركات الريادية حلولًا للمشاكل الاجتماعية والبيئية، مما يساهم في تحسين جودة الحياة للأفراد والمجتمعات، تشمل هذه الحلول المنتجات والخدمات التي تعزز الصحة والتعليم والبيئة، بالإضافة إلى

ذلك، تعزز ريادة الأعمال الاستدامة من خلال تبني ممارسات صديقة للبيئة وتقنيات مستدامة، مثل استخدام مصادر الطاقة المتجددة وتقليل النفايات، مما يساهم في حماية البيئة للأجيال القادمة. (محمد، 2019)

تعزز ريادة الأعمال التنافسية في السوق من خلال تطوير السوق وخلق بيئة تنافسية تحفز الشركات على تحسين أدائها وتقديم أفضل ما لديها من منتجات وخدمات، تساعد ريادة الأعمال أيضًا في دخول الأسواق العالمية وتوسيع نطاق الأعمال خارج الحدود المحلية، مما يعزز من القدرة التنافسية على المستوى الدولي هذه التوسعات توفر فرصًا جديدة للنمو وتسمح للشركات بالاستفادة من الفرص المتاحة في الأسواق العالمية.

تساهم ريادة الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المبادرات التي تستهدف تحسين المجتمع والبيئة، تشجع ريادة الأعمال على بناء شراكات مع المؤسسات غير الربحية والحكومية لتحقيق أهداف مشتركة تخدم المجتمع هذه الشراكات تساعد الشركات على تنفيذ مشاريع تعود بالنفع على المجتمع وتعزز من مسؤوليتها الاجتماعية. (العقرباوي، 2023)

ومما سبق يرى الباحث بأن تتمثل ريادة الأعمال قوة دافعة للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة تتجاوز أهدافها مجرد تحقيق الأرباح لتشمل خلق فرص العمل، تعزيز الابتكار، تحسين جودة الحياة، تعزيز التنافسية، وتحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال تحقيق هذه الأهداف، تساهم ريادة الأعمال في بناء مستقبل أكثر ازدهارًا واستدامة للمجتمعات والأفراد على حد سواء.

4.1.2 مميزات ريادة الأعمال

إن فكرة الريادة بحد ذاتها هي فكرة ذات فائدة وتأثير إيجابي نظرًا للعوامل الكثيرة المحيطة في بيئة الأعمال وقدرة الريادة على التعامل معها، وقد أورد مجموعة من مميزات ريادة الأعمال والتي من ضمنها دخول الريادة على القطاعات الاقتصادية في دولة ما تساهم بشكل فاعل في التأثير على الاقتصاد الكلي من ناحية.

ومن ناحية أخرى توجه الفكر الإداري نحو الاستباقية والابتكار والابداع، كما ان ريادة الأعمال
بحد ذاتها وسيلة للتطوير الاستراتيجي داخل المنظمات. (إلياس، 2023)

ريادة الأعمال جزء لا يتجزأ من اتخاذ القرار والذي عادة ما يؤثر على آلية استخدام الموارد وصولاً
إلى مرحلة توفير خدمة أو منتج جديد.

تحفز ريادة الأعمال على الابتكار والابداع. - تساهم ريادة الأعمال في تحفيز المنظمة نحو تحمل
الأخطار والفاجعات. (بلوم، 2023)

تحقق ريادة الأعمال الأرباح وتزيدها من خلال الجرأة واستغلال الفرص، كما تعزز ريادة الأعمال
العلاقة بين العملية الانتاجية والجهد المبذول داخل المنظمة.

5.1.2 أبعاد ريادة الأعمال

بعد مراجعة العديد من الأدبيات الخاصة بريادة الأعمال لوحظ عدم وجود اتفاق شامل بين
الباحثين حول أبعاد ريادة الأعمال، لقد كان (Mintzberg)، (حسين)، أول من حدد ثلاثة أبعاد لريادة
الأعمال (الإبداعية والإجراءات الاستباقية والمخاطرة)، إلى حين جاء آخر فأضاف بعدين آخرين وهما
(الاستقلالية والمنافسة الهجومية) إلا أن العديد من الباحثين والعلماء (Jones and Rowley,; Kilenthong, Hills, Hultman and Sclove) أجمعوا على أن هناك أربعة أبعاد رئيسية لريادة الأعمال وهي:
(سلام، 2020)

1. الإجراءات الاستباقية:

هي اتخاذ الإجراءات والمبادرة من خلال اكتشاف الفرص المتاحة، والبحث عن الأسواق التي تدعم
من المركز التنافسي للمؤسسة، وقدرتها وجاهزيتها على تقديم المنتجات الجديدة التي تتميز بها عن
المؤسسات الأخرى في ذات الصناعة.

وأشار كاظم بأنها قدرة المؤسسة على مواجهة الظروف المحتملة، والتفوق على المنافسين من خلال تهيئة العاملون فيها، واستخدام الموارد بطريقة كفؤة، ودراسة السوق وعوامله، مما يتيح لها القدرة على التنبؤ بتحركات المنافسين والتحرك على أساسها، وهذا يتطلب منها أن تعتمد إلى التخطيط الاستراتيجي، لمعرفة الأداء التشغيلي والأداء التنافسي والأداء المالي لها. (المجروب، 2020)

2. تحمل المخاطر

تعرف المخاطرة بأنها عملية اتخاذ قرارات جريئة لغرض اغتنام فرص معينة لغرض الوصول لنتيجة إيجابية، حيث تمثل المخاطرة إطار للوصول إلى الريادة الذي يشير للرغبة في المغامرة، وتتمثل بقدرة المؤسسة على تحمل المخاطر التي تواجهها والسرعة في عملية اتخاذ القرار السليم لذلك، وتتمثل قدرة المؤسسة في تحمل المخاطر كما ذكر Bateman and Crant بإقدامها على المخاطرة وتحمل نتائج ذلك من خلال إطار عمل منظم هدفه التوجه إلى ريادة الأعمال، وتحقيق أرباح في حال نجاح الإطار المخطط له، وأضاف (Barringer and Ireland) أن المؤسسة في الغالب تواجهها ثلاثة أنواع للمخاطر وهي: (نور الدين، 2020)

- مخاطر العمل الناتجة عن المجازفة دون معرفة احتمالية النجاح.
- المخاطرة المالية الناتجة على استخدام كم كبير من الموارد التي تمتلكها المؤسسة دون إيجاد احتياطات لذلك.
- المخاطر الشخصية الناتجة عن موقف المدير تجاه شيء ما أو إتباعه لطريقة ما دون النظر للاحتتمالات.

3. الابتكار والإبداع

إن تبني المؤسسات للأنشطة الإبداعية يؤدي إلى خلق قيمة لها، ويساعدها في السعي لإيجاد حلول غير تقليدية للمشكلات، والإبداع هو قدرة المؤسسة على إيجاد أفكار خلاقة أو قدرتها للحصول على

المعلومات وإتاحتها لدى العاملين لمساعدتهم في إنجاز الأعمال بطرق إبداعية، ويعد عامل الإبداع عنصراً مهماً للارتقاء بمستوى المؤسسة وعمالها ودفعها نحو التوسع الخارجي. (يوسف، 2023)

وينص الإبداع كما أشار Hellriegel على أنه إنجاز الأعمال بالطرق الإبداعية والمختلفة للتفوق بأدائها عن المؤسسات الأخرى.

ويرى الباحث ان الإبداع هو ميل المؤسسة للاستفادة من الخبرات والتجارب السابقة والمعرفة المتوفرة لاستخدامها في تطوير إمكانات المؤسسة وبالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة.

4. انتهاز الفرص:

يعد أمر انتهاز الفرص أو استغلالها أمراً في بالغ الأهمية، وهي قدرة المؤسسة على استغلال الظروف التي تواجهها في خلق منتجات أو خدمات توافي ذلك، فعملية الريادة تتمثل في قدرة المؤسسة على إشباع الحاجات غير المشبعة للمفرد وللسوق والاستحواذ على الفرص قبل المنافسين.

وذكر عرقاوي أن الفرص تأتي لعدة أسباب منها عدم تماثل المنافسة في الأسواق، وكذلك عدم تماثل عوامل إنتاج السلع والخدمات، إضافة إلى عدم تماثل توزيع المعلومات المتعلقة بالمنافسة بين الأفراد والمنظمات ومن سمات وخصائص الفرص المربحة والمهمة أن تكون جذابة وقابلة للتحقيق وبفترة زمنية كافية للانتشار وأن تكون ذات قيمة ومربحة وتحقق منافع. (عرقاوي، 2020)

ويرى الباحث أنه على المؤسسات أن تهتم بمتابعة الفرص بكل وقت واستغلالها، فقيادة المؤسسة قادرين للوصول إلى الريادة من خلال استغلال الفرص المتاحة والمتمثلة بالتغيير المستمر في رغبات الزبائن والخدمات.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية

تمهيد

يرجع ظهور الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال إلى السنوات القليلة الماضية من خلال المحاولات المتعددة والمختلفة وذلك من أجل استعراض نماذج خاصة القياس الأداء الاجتماعي للشركات، كما ظلت المسؤولية الاجتماعية تنادي بالمبدأ الشائع في مجال الأعمال والذي يركز على أن المؤسسات والشركات لابد أن تقوم بإدارة أعمالها بشكل فعال وأخلاقي على كافة المستويات الأمر الذي يعزز من أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات.

كما يمكن أن تكون المسؤولية الاجتماعية مصدراً للفرص والابتكار وتعزيز القدرة التنافسية وغيرها لا شك إذ تبنت المنظمات فلسفة المسؤولية الاجتماعية فان ذلك سيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية، كما أن ذلك سيني درجة الرضا لدى أصحاب المصالح من خلال الاستماع لآراء ووجهات نظر الجمهور وجماعات الضغط، الأمر الذي يعمل على تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة مما يعزز حصتها في السوق. (خطاب، 2023)

1.2.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تمثل المسؤولية الاجتماعية بمنظورها التسويقي التحدي الأكثر وضوحاً لإدارات التسويق في تفاعلها مع البيئة المحيطة بها، وذلك نظراً لما حصل من تغير اجتماعي وبيئي كبير ألزم المنظمات اليوم في أن تنظر إلى تحقيق الحياة النوعية للأفراد وبشكل يوازي أن لم يكن أكثر من سعيها لتقديم منتج ناجح إلى الأسواق. (محمدي، 2022)

فالنظرة الحديثة لمديري الأعمال تنصب على كون منظماتهم تمتد وظائفها إلى إرجاء المجتمع ولا تقتصر على حدود السلعة أو الخدمة، ظهرت المسؤولية الاجتماعية كاتجاه جديد في التسويق يضاف إلى أبعاده الأخرى وشكلت منعطفاً جديداً لإدارات التسويق في المنظمات وأصبح ينظر للمزيج التسويقي بالأخذ

بعين الاعتبار المسؤولية تجاه المجتمع في ذلك فالمنتج خلال مراحل دورة حياته يجب أن يراعي ألا يكون مصدر ضرر للبيئة أو للعملاء، والتسعير يتلاءم مع نوعية المستهلكين والعمل على تطوير المنتج قد يضيف إلى الكلفة ولكنه يهدف إلى مناسبة نوعية المستهلكين.

وكذلك المكان والترويج والمعلومات والسياسات، وأيضا توظيف الكفاءات وتدريبها لرفع كفاءتها للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في أعمالها وتوجهها. (بدوي، 2020)

من خلال تتبع التاريخي للمسؤولية الاجتماعية نجد إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في النصف الأول من القرن العشرين لم يكن معروفاً بشكل واضح، حيث كانت المؤسسات تحاول جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى السبل والوسائل مع ازدياد النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح، لقد ظهرت بوادر إن تتبني المؤسسات دوراً أكبر تجاه البيئة والمجتمع اللتان تعمل فيهما. (ابن كليب، 2023)

كما تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منطلقاتها ومضامينها، ووفقاً لاختلاف طبيعة عمل المنظمات وقدراتها المادية والبشرية والبيئة المحيطة بها والأنظمة والتشريعات التي تحكم وتنظم عملها.

في هذا السياق أن محاولة إيجاد تعريف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي برز بمسميات مختلفة تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها المساءلة الاجتماعية والأخلاق المنظمة والمواطنة المنظمة والالتزامات المنظمة، هو بمثابة أمر صعب حيث أن هذا المصطلح أو المفهوم هو معقد شأنه شأن مصطلح العولمة والتنمية المستدامة، وهذه المصطلحات تنطوي على عدة معاني، حيث أنه في حال تبين إحداها يظهر فهماً جديداً للمفهوم أو المصطلح. (الشريف، 2023)

من خلال ازدياد أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهرت العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية، ومن أهمها تعريف المنظمة المقاييس العالمية (ISO) التي عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع

والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين، فالمسؤولية الاجتماعية تعد التزاماً على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها. (حسين، 2019)

مما سبق انه ما زال هناك بعض الخلط المفاهيمي بتحديد المعنى الدقيق للمسؤولية الاجتماعية، وما زال البعض ينظر لهذا المفهوم كمرادف للعمل الخيري، ولكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتجاوز حدود العمل الخيري ويتعداه إلى معانٍ أشمل وأكثر عمقاً لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك من خلال ترسيخ المبادئ التي تحث على الاهتمام بالعمال والمجتمع والبيئة المحيطة، وبمصالح المجتمع عن طريق الأخذ في الاعتبار تأثير نشاطاتها على المستهلكين والموظفين وحملة الأسهم والمجتمعات والبيئة وذلك في كل أوجه عملياتها.

كما إن المسؤولية الاجتماعية تعد التزام من أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي، ومن أجل تحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد، كما أن هذا الدور التنموي الذي يطلع به القطاع الخاص لابد من أن يكون بمبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة. (يماني، 2018)

يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية بالمعنى العام بأنها العلاقة ما بين المنظمة والمجتمع التي تعمل ضمن نطاقه، وهي تركز على الالتزامات التي يتوجب على المنظمة الوفاء بها إذا أرادت أن يتم اعتبارها متمتعة بصفات المواطنة الجيدة، كما أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا واجب إدارات المنظمات بالقيام باتخاذ قرارات أو التصرف بطريقة تساهم بزيادة رفاهية المجتمع ومصالحه ومصالح المنظمات. (السيد، 2020)

من التعريف السابق إن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا التزام بين المؤسسة والمجتمع في القيام بالعديد من الأنشطة الاجتماعية التي تعمل على تحسين الظروف المحيطة بالمجتمع والعاملين بالمؤسسة.

كما عرفت المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للشركة على أنها: مفهوم تدمج فيه الشركة بين الاهتمامات المجتمعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تعاملها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي، كما تدرك الشركة بشكل متزايد بأن السلوك المسئول اجتماعياً يؤدي إلى النجاح في عالم الأعمال. (الشلاني، 2022)

وربط البعض مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالقرارات الاستراتيجية التي تقوم بها منظمات الأعمال، حيث يرون أن المسؤولية الاجتماعية للشركة هي الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الاستراتيجي.

من التعريف السابق إن المسؤولية الاجتماعية هي اهتمام والتزام الشركات بالبعد الاجتماعي وفق معايير محددة تساهم نجاح الشركة من خلال دمج العمليات التجارية والبعد الاجتماعي. (الشورة، 2023)

كما عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها هو التزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي ومحاربة الفقر والبطالة والتضخم وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع. (بختاوي، 2022)

أن التعريف السابق يركز على مساهمات الشركة تجاه المجتمع من خلال القيام بالعديد من الأنشطة الاجتماعية وتحسين الخدمات التي يحتاجها المجتمع.

كما عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءاً من استراتيجيتها. (محمد، 2019)

2.2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

يشير المفهوم الحديث للتسويق إلى أنه يجب إنتاج ما يمكن تسويقه وقد الاهتمام المتزايد من قبل رجال التسويق بالنواحي الاجتماعية للمستهلكين، إلى وجود مفهوم اجتماعي للتسويق، وهو مفهوم يتطلب إعداد البرنامج التسويقي الذي يخطط له كل من المنتج والسعر التوزيع والترويج بهدف إشباع احتياجات المستهلك الأخير، مع الاهتمام والتركيز على الآثار والنتائج المترتبة على ذلك أي إن كلاً من التكاليف والمنافع الاجتماعية للبرنامج هي من أهم معايير الحكم على نجاحه. (Ahmed 2020)

وذلك بالإضافة إلى المبيعات والتكاليف والأرباح الناتجة عنه، ومن ثم فإن إدارة التسويق - طبقاً لهذا المفهوم تواجه مشكلات اجتماعية، كما إن عليها مسؤوليات اجتماعية نظراً لتأثير عدد كبير من القرارات التسويقية على البيئة الاجتماعية للمشروع، ويؤدي تحمل إدارة المشروع وإدارة التسويق لهذه المسؤوليات إلى تقليل التدخل الحكومي في أوجه نشاط المشروع. (خطاب، 2023)

ترجع أهمية المسؤولية الاجتماعية للنشاط التسويقي في المشروع إلى السلطة الاجتماعية الكبيرة لرجال التسويق في عدد كبير من الدول، ومع بروز المسؤولية الاجتماعية للنشاط التسويقي وتزايد تأثيراته على النواحي الاجتماعية للأفراد والمجتمع، فقد نشأت في الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية مع بداية الستينيات ما يعرف بجمعيات حماية المستهلك التي تتولي حماية مصالح المستهلكين وتوجيه سلوكهم - بناء على معلومات صحيحة عن السلع والمنتجات بطريقة عقلية رشيدة تضمن للمستهلك الحصول على أكبر إشباع من حصوله على السلع والخدمات التي يريدها ومع تزايد الدور الاجتماعي للتسويق في الوقت الحاضر. (محمدي، 2022)

اهتمت جميع بلدان العالم والدول العربية بوجه خاص بهذا النوع من الجمعيات، وبالطبع فإنه في البداية كانت هنالك مواجهة من قبل رجال التسويق ضد جمعيات حماية المستهلك لتصورهم بأنها تستهدف محاربة مصالح المؤسسات التسويقية التي ينتمون إليها، ولكن بمرور الوقت تبين للجميع أن مصلحة المستهلك بالفعل هي محور النشاط التسويقي الذي يحقق مصلحة كل من المستهلك والمؤسسة التسويقية ولو في الأجل الطويل، ونشأت علاقة تعاون وثيقة بين جمعيات حماية المستهلك في البلدان التي

نشأت فيها وبين رجال التسويق المهتمين بالنشاط التسويقي، وذلك إيماناً من الجميع بالمسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق رجل التسويق الحديث. (بدوي، 2020)

لقد أكتسب الدور الاجتماعي للشركات أهمية متزايدة بعد إن تخلت الحكومات عن الكثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية التي صحتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وإن كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباحاً طائلة، وكان متوقعاً مع تحول هذه المؤسسات إلى الملكية الخاصة وإعادة تنظيمها وإدارتها على هذا الأساس أن يتوقف دورها الاجتماعي، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة أظهر أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضاً استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاجية وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها، ويزيد أيضاً انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه الشركات مما ينعكس على الأداء المالي لها ويعزز من قدرتها التنافسية. (بلجازية، 2021)

كما يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية من أهم الموضوعات التي باتت تشغل فكر الإدارة ذلك من خلال أن المسؤولية الاجتماعية في المجتمعات المسلمة لها دلالات مختلفة حيث تعتبر ذات أهمية كبيرة وذلك لكونها منبثقة من التعاليم الإسلامية من ناحية والإيمان بضرورة التعاون بين أفراد المجتمع في سبيل تحقيق الصالح العام من ناحية أخرى. كما إن هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي وعلى العموم هناك اتفاق عام يكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق مزايا بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة وأهمها ما يلي: (محمد، 2019)

1. بالنسبة للمؤسسة: حيث تتمثل أهميتها في تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة موجود المؤسسة ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ

العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، وتمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

2. بالنسبة للمجتمع حيث تتمثل أهميتها في الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع، وازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح والارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية بالنسبة للدولة: (يوسف، 2023)

- حيث تتمثل أهميتها في تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- كما يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً بعيداً عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

3.2.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تقوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على العديد من المبادئ الأساسية أهمها: (بدوي، 2020)

- (1) مبدأ الإذعان القانوني يقوم هذا المبدأ على أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإمام.
- (2) مبدأ احترام الأعراف الدولية: يقوم هذا المبدأ على أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.

(3) مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: يقوم هذا المبدأ على أن تقرر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعاً في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

(4) مبدأ القابلية للمساءلة: يقوم هذا المبدأ على أن تكشف المؤسسة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمانة وإلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات ومن ضمنها الإجراءات التصحيحية التي تتحمل مسئوليتها بشكل مباشر وأيضا الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة. (بلوم، 2023)

(5) مبدأ الشفافية يقوم هذا المبدأ على أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة.

(6) مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان يقوم هذا المبدأ على أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، في هذا السياق لقد وضعت الأمم المتحدة مبادرة جماعية صادرة عن الشركات الكبرى لتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتهدف هذه الاتفاقية إلى حشد طاقات رجال الأعمال وطرح الحلول لمواجهة تحديات العولمة.

كما تأتي ثمرة للجهود المخلصة من جانب الشركات، حيث أنها لا تعد بمثابة جهاز رقابي، بل إنها مبادرة طوعية تقوم على مبدأي المساءلة القانونية والشفافية.

كما أنها مبادرة متعددة الأطراف، فبالإضافة إلى الشركات الكبرى، هناك الحكومات المحلية، والاتحادات العمالية، والمعاهد التعليمية، ووكالات الأمم المتحدة المختلفة، وغيرها من منظمات المجتمع المدني، قد تم إيجاز الأفكار التي تقوم عليها الاتفاقية في مجموعة مبادئ: (السيد، 2020)

■ المبدأ الأول: على الشركات تأييد واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة في كافة دول العالم.

- المبدأ الثاني: التأكد من عدم التورط في أعمال تنطوي على مخالفة لمبادئ حقوق الإنسان، معايير العمل
- المبدأ الثالث: تؤيد الشركات حرية المشاركة وتعترف اعترافاً فعلياً بحق المساواة الجماعية.
- المبدأ الرابع: القضاء على كافة أشكال الإلزام والإجبار على العمل.
- المبدأ الخامس: الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال.
- المبدأ السادس: القضاء على التمييز في الوظائف والمهن.
- المبدأ السابع: يتعين على الشركات أن تتبنى أسلوباً حذراً عند التعامل مع التحديات التي تواجه البيئة.

4.2.2 عناصر المسؤولية الاجتماعية

تتكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر مترابطة ينشأ كل منها الآخر ويدعمه ويقويه ويتكامل معه، هذه العناصر تتمثل في الاهتمام والفهم، والمشاركة وهي: (بلجازيه، 2021)

الاهتمام يتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها وللاهتمام مستويات منها: الانفعال مع الجماعة، حيث يسير الفرد وبصورة آلية حالتها الانفعالية لمجرد أنه يعتبر نفسه في قلب المسؤولية فيتعاون ويتفاعل بحماس تلقائياً مع الجماعة ويرى أن مسيرته لها موضوعية ومنطقية. أما الانفعال بالجماعة، فيحدث بصورة إرادية حيث يأتي تضامنه مع الجماعة ويرى بناء على قناعة ذاتية منه، فيجعل أهدافها محور اهتمامه ويتفاعل معها بصدق وشفافية. (عبد اللطيف، 2022)

التوحد: التوحد مع الجماعة، هو شعور الفرد بالوحدة المصيرية معها، والتأثر بها لدرجة أنه يرى في خيرها خيره وكأنها امتداد لنفسه، يسعى من أجل مصلحتها وي بذل كل جهده من أجل إعلاء مكانتها ويشعر بالفوز إن فازت أو بالأمن كلما خيم عليها الأمن الوطنية هي من أوضح نماذج التوحد مع المجتمع، ويندرج الانتماء المتعلق في مستويات الاهتمام أيضاً، حيث تملأ الجماعة عقل الفرد ووجدانه وتصبح موضوع اهتمامه وتأمله، ويلتقي معها في تقارب فكري، ويغامر في سبيل الدفاع عن طموحاتها وأهدافها، وفي ذلك أحد أبعادها القوة لضمان التماسك والتكافل الجماعي.

الفهم: يعني إدراك الفرد للظروف المحيطة بالجماعة ماضيها وحاضرها وقيمها واتجاهاتها والأدوار المختلفة فيها، كما يقتضي تقدير المصلحة العامة والدفاع عن الوطن والعمل على رفعتة وازدهاره.

المشاركة: حيث تظهر المشاركة قدر الفرد وقدرته على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته بضمير حي وروحية صافية، وإرادة ثابتة، والمقصود هنا مشاركة الفرد في أعمال تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي حين يكون مؤهلاً اجتماعياً لذلك، ولها جانبين: (خطاب، 2023)

أولها، التقبل أي تقبل الفرد للدور أو الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها والملائمة له في إطار ممارسة سليمة.

وثانيها، التنفيذ، حيث ينفذ الفرد العمل وينجزه باهتمام وحرص ليحصل على النتيجة التي ترضيه وترضي الآخرين.

مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية هذا المجال يعتبر من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بسبب توسع استغلال الموارد الطبيعية والتقدم التقني وما نتج عنها من زيادة المخلفات الصناعية وتوسع استخدام الأسمدة الكيماوية والمبيدات الزراعية مما أدى إلى مشاكل بيئية كبيرة على جميع المستويات، فضلاً عن تأثير هذا المجال على نوعية الحياة فان أثره يمتد على ما تتحمله ميزانية الدولة من نفقات إذ تخصص المجالس البلدية 20% من ميزانيتها للتخلص من المخلفات الصلبة خاصة في الدول الصناعية.

يتضمن هذا المجال الأنشطة التي تؤدي إلى تخفيف أو منع التدهور البيئي وذلك من خلال ما يلي:

الموارد الطبيعية: تتمثل في الاتي: (بدوي، 2020)

- الاقتصاد في استخدام الموارد الخام
- الاقتصاد في استخدام موارد الطاقة.
- المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للموارد الخام والطاقة

المساهمات البيئية: تتمثل في الآتي: (محمد، 2022)

- تجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه وإحداث الضوضاء.
- تصميم المنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات.
- التخلص من المخلفات بطريقة تكفل تخفيض التلوث.

مجال مساهمات المنتج أو الخدمة تتضمن هذه الأنشطة القيام بالبحوث التسويقية لتحديد الاحتياجات التي تتلاءم مع المقدرة الاستهلاكية للعملاء وإعلامهم بخصائص السلعة أو الخدمة وبطريقة استخدامها، وبحدود المخاطر ومدة صلاحية الاستخدام. وعلى ضوء ما تقدم يمكن تحديد أهم الأنشطة خاصة بمجال المنتج الخدمة على النحو التالي:

1. تحديد وتصميم المنتجات وذلك من خلال الآتي: (محمد، 2019)

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين.
- تعبئة المنتجات بشكل يؤدي إلى التقليل من احتمالات التعرض لأي إصابة عند الاستخدام.

2. تحقيق رضا المستهلكين وذلك من خلال الآتي: (بختاوي، 2022)

- وضع بيانات على عبوة المنتج للتعرف بحدود ومخاطر الاستخدام وتاريخ عدم الصلاحية.
- القيام ببرامج إعلامية تعرف المستهلكين بخصائص المنتج وطرق ومجالات استخدامه.
- توفير مراكز خدمة لصيانة وإصلاح المنتج.

5.2.2 أهداف المسؤولية الاجتماعية

من أجل تحديد الأهداف التي تقوم بها المسؤولية الاجتماعية للشركة، يجب على الشركة أن تحدد أولاً أهدافها وأولوياتها في العمل وتحديد أهداف وأولويات الشركة ليس أمراً سهلاً فكل من مديري الأقسام

قد يحدد هدفاً وأولوية تختلف عن الآخرين فمثلاً قد يختار مدير الموارد البشرية أن تكمن أهداف الشركة في تعيين عاملين ذوي الكفاءة العالية وتحسين رضا العاملين بالشركة. (عرقاوي، 2020)

قد يرى مدير التسويق أن يكون هدف الشركة هو فتح أسواق جديدة، ولكن في أي مكان ومن هي الفئة المستهدفة من السوق الجديد وما هو موقف المنافسين وهكذا، وبعد تحديد أهداف الشركة وأولوياتها يتم الموازنة بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وبين القدرات المميزة حيث أن المسؤولية الاجتماعية تتأصل في كل أهداف كل أقسام الشركة حتى تستطيع الشركات الوصول إلى أهدافها عليها أن تضع استراتيجيات يشارك فيها كل مديري الأقسام الرئيسية بالشركة حتى تتحدد الشركة كلها على هدف واحد تسعى جميع الأقسام لتحقيقه كل حسب تخصصه وكذلك حشد كل الموارد المتاحة من أجل هذا الهدف.

وبالتالي يتحدد هدف المسؤولية الاجتماعية ومع الهدف العام للشركة وبشكل يتفق مع كل أقسام الشركة لكي تستطيع الشركات الدمج بين الهدف العام والمسؤولية الاجتماعية لها، عليها أن تطور استراتيجية المسؤولية الاجتماعية بالشكل الذي يتواءم مع استراتيجياتها الأساسية ومع الهدف والرؤية العامة أيضاً بحيث تنصب الاستراتيجية التي تتبناها الشركة للمسؤولية الاجتماعية في الرؤية العامة للشركة واستراتيجياتها، عندما تتواءم المسؤولية الاجتماعية للشركات مع أهداف الشركة، تصبح المسؤولية الاجتماعية حينئذ مصدراً يحقق النفع للشركة ويفرقها عن غيرها من الشركات الأخرى فيحقق لها ميزة تنافسية ويسمح لها بفتح أسواق جديدة.

فكما أشار مايكل بوتر إن إذا قامت الشركات بتحليل توجهاتهم المستقبلية نحو المسؤولية الاجتماعية باستخدام نفس الإطار الذي يرشدهم في الاختيارات الأساسية في أعمالهم لأدى ذلك إلى اكتشاف أن المسؤولية الاجتماعية ليست عائقاً مالياً أو مهمة خيرية بل هي مصدراً للفرص والإبداع والميزة النسبية.

كما إن الهدف من المسؤولية الاجتماعية الموجهة نحو المجتمع هي: (يوسف، 2023)

1. التفاعل مع مشاكل وهموم المجتمع المحلي والمساهمة الفعالة في تخفيف المعاناة وتقديم يد العون والمساعدة والنهوض بفئات المجتمع من خلال العمل التطوعي.
2. تحفيز الموظفين وتشجيعهم للتفاعل مع المجتمع والتواصل معه بكافة شرائحه.
3. تنمية المهارات والحس بالمسؤولية لدى الموظفين تجاه مجتمعهم وخلق روح التعاون والمحبة تجاه المجتمع المحلي بكافة فئاته.

كما يمكن للشركات من خلال توظيف جزء من أموالها نحو أهداف مجتمعية تحقيق عدة أهداف تسويقية ولا ينحصر ذلك في التبرعات والإعانات والتي قد لا تعود على الشركات بمنفعة تذكر. فالمسؤولية الاجتماعية تحقق من الأهداف التسويقية على سبيل المثال: (خطاب، 2023)

1. الزيادة في حصة الشركة السوقية وخلق عملاء محتملين استناداً إلى عامل المنافسة كعامل مؤثر في المسؤولية الاجتماعية وذلك بالارتقاء بهذه القطاعات وتحويلهم إلى قطاعات منتجة وبالتالي يمكن عملاء لهذه الشركات.
2. أهداف ترويجية من خلال قيام الشركات برعاية أنشطة اجتماعية هادفة لتنمية الشباب مثل المساهمة في دعم وتأهيل المنتديات الثقافية والاجتماعية للشباب في مناطق اقل نمواً.

6.2.2 معوقات المسؤولية الاجتماعية

هناك أسباباً عديدة تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للشركات من أهمها: (يوسف، 2023)

1. عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم الشركات فمن الملاحظ أن عدد الشركات المتبينة لهذه الثقافة يمثلون قلة من الشركات الكبرى في حين أن الغالبية يجهلون تماماً هذا المفهوم.
2. إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمة. فالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكل تنظيمي ومؤسسي له خطة وأهداف محددة، بدلاً من أن تكون جهوداً عشوائية مبعثرة.

3. غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري ومستدام، قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير القياس المجهودات فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

وعلى ذلك يمكن القول أن جزءاً كبيراً في مسألة إيجاد أطر عمل جذابة لبرامج المسؤولية الاجتماعية نحو خدمة مصالح المشروعات الصغيرة يركز على دور للمؤسسات الحكومية والإعلام والمؤسسات التي تخاطب باسم أصحاب المشروعات الصغيرة، أن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص لا تعني مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية وعمل حملات تطوعية وإنما تتسع لتشمل مسؤوليتهم تجاه أفراد المجتمع المتعاملين معهم والعمل على فتح باب رزق للشباب فخلقهم لمشاريع الشباب لاستيعاب البطالة مثلاً يعد من أسعى ما يمكن أن يقوموا به من عطاء، فيجب أن يكون للقطاع الخاص دور تنموي أساسي وأن يصبح العطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من أنشطة هذا القطاع، وكي تصبح المسؤولية الاجتماعية مؤثرة فهي في حاجة لأن تأخذ شكل تنظيمي ومؤسسي له خطة وأهداف محددة بدلاً من أن تكون جهوداً عشوائية مبعثرة وخيرية قد تؤدي إلى الاتكالية وهذا يستدعي وضع خطة تغيير مجتمعي لهضة المجتمع.

7.2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) مكوناً أساسياً في عالم الأعمال الحديث، حيث تتجاوز أهداف الشركات تحقيق الأرباح إلى الإسهام في تنمية المجتمع وتحسين جودة الحياة، تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات أبعاداً متعددة، منها المسؤولية الطوعية والمسؤولية الأخلاقية، وتتمثل هذه الأبعاد فيما يلي: (بلجازه، 2021)

1. المسؤولية الطوعية:

تشير المسؤولية الطوعية إلى الأنشطة والمبادرات التي تتبناها الشركات بمحض إرادتها، دون وجود التزام قانوني، بهدف إحداث تأثير إيجابي على المجتمع والبيئة، تتضمن هذه الأنشطة مجالات متنوعة مثل التعليم، الصحة، الحفاظ على البيئة، دعم الفئات المحرومة، وتعزيز الثقافة والفنون.

تعزز المسؤولية الطوعية صورة الشركة الإيجابية وبناء سمعة قوية بين العملاء والمجتمع تعكس هذه المبادرات التزام الشركة بالمساهمة في التنمية المستدامة وتحقيق رفاهية المجتمع، كما تساعد في بناء علاقات متينة مع أصحاب المصلحة المختلفين، مثل العملاء، الموظفين، والمجتمعات المحلية.

وهناك العديد من الأمثلة على المسؤولية الطوعية تتمثل فيما يلي: (محمدي، 2022)

1. الاستثمار في التعليم: تقديم منح دراسية وبرامج تدريبية لدعم التعليم في المجتمعات المحلية.
 2. المبادرات البيئية: تبني برامج لإعادة التدوير، وتقليل الانبعاثات الكربونية، واستخدام مصادر الطاقة المتجددة.
 3. الرعاية الصحية: المساهمة في بناء المستشفيات وتوفير العلاجات المجانية للفئات المحتاجة.
- رغم الفوائد الكبيرة للمسؤولية الطوعية، تواجه الشركات تحديات مثل تخصيص الموارد المالية والبشرية، ضمان استدامة المبادرات على المدى الطويل، ومتابعة تأثير هذه الأنشطة بانتظام.

2. المسؤولية الأخلاقية:

تتعلق المسؤولية الأخلاقية بالالتزام الشركات بالسلوك الأخلاقي في جميع جوانب عملها، بما في ذلك الشفافية، النزاهة، احترام حقوق الإنسان، والمعايير الأخلاقية في التعامل مع العملاء، الموردين، والموظفين.

تسهم المسؤولية الأخلاقية في بناء ثقة العملاء وأصحاب المصلحة في الشركة، وتعكس التزام الشركة بتبني ممارسات تجارية عادلة وأخلاقية هذا يعزز سمعة الشركة ويساعدها في الحفاظ على مكانتها في السوق، كما يخلق بيئة عمل إيجابية تعزز من ولاء الموظفين وإنتاجيتهم.

وهناك العديد من الأمثلة على المسؤولية الأخلاقية التي تتمثل فيما يلي: (بدوي، 2020)

1. الشفافية: نشر التقارير المالية والإدارية بوضوح وصدق.
 2. الممارسات التجارية العادلة: تجنب الاستغلال والتمييز، وتطبيق سياسات عادلة في التوظيف والتعامل مع الموردين.
 3. حقوق الإنسان: ضمان بيئة عمل آمنة وصحية، ودعم حقوق العمال، ومحاربة عمالة الأطفال.
- تواجه الشركات تحديات في تطبيق المسؤولية الأخلاقية، مثل التوازن بين الربحية والأخلاقيات، التعامل مع الثقافات المختلفة في الأسواق العالمية، وضمان التزام جميع الموظفين بالمبادئ الأخلاقية.
- ومما سبق يرى الباحث أن تعدد المسؤولية الطوعية والمسؤولية الأخلاقية من الركائز الأساسية لتعزيز التنمية المستدامة وبناء علاقات إيجابية مع المجتمع، تساهم المسؤولية الطوعية في معالجة القضايا الاجتماعية والبيئية من خلال المبادرات الاختيارية، بينما تعزز المسؤولية الأخلاقية الممارسات التجارية النزيهة والعادلة معاً، تشكل هذان البعدان إطاراً شاملاً يمكن للشركات من خلاله تحقيق التوازن بين النجاح التجاري والمساهمة الإيجابية في المجتمع.

الفصل الثالث: المنهجية والتصميم

تمهيد

يبين هذا الفصل وصفاً لمنهجية الدراسة من حيث مجتمعها ومفردات عينتها، والأداة المستخدمة لجمع البيانات، والإجراءات اللازمة للتحقق من صدق وثبات الأداة، كما يبين الإجراءات التطبيقية اللازمة والأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات، وفيما يأتي عرض لمفردات المنهجية والإجراءات:

1.3 منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة منهجية البحث الوصفي، والميداني التحليلي، وعلى صعيد البحث الوصفي، تم إجراء المسح المكتبي والاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة من أجل بلورة الأساس والمنطلقات التي يقوم عليها الإطار النظري للدراسة، كما تم الوقوف على أهم الدراسات السابقة التي تعتبر رافداً حيويًا للدراسة، وما تتضمنه من محاور معرفية، أما على الصعيد البحث الميداني التحليلي، فقد تم إجراء المسح الاستطلاعي الشامل وتحليل جميع البيانات التي تم جمعها من المبحوثين على أسئلة الاستبانة التي اعتمدها الدراسة بغرض الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الشركات الخاصة بمدينة الرياض، وتم توزيع الاستبانات على أفراد مجتمع الدراسة إلكترونياً بعد أخذ الموافقة من الجهات المسؤولة في الشركات الخاصة بمدينة الرياض، واستجاب ما مجموعه (113) مستجيباً على الاستبانات الموزعة من خلال تقنية جوجل درايف (Google Drive)، وتم توزيع الاستبانة بعد موافقة الجهات المسؤولة (HR) بالشركة المعنية، ومن خلال زملاء العمل الذين تم التواصل معهم وجد أنها صالحة للتحليل الإحصائي، وشكلت ما نسبته

(84.966%) من مجتمع الدراسة، ويبين الجدول التالي رقم (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات

الشخصية والوظيفية:

جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	58	51.3
	أنثى	55	48.7
العمر	أقل من 30 سنة	71	62.8
	30 إلى أقل من 40 سنة	32	28.3
	40 إلى أقل من 50 سنة	9	8.0
	50 سنة فأكثر	1	0.9
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	7	6.2
	دبلوم متوسط	19	16.8
	بكالوريوس	63	55.8
	دراسات عليا	24	21.2
عدد سنوات الخبرة في مجال العمل	5 سنوات فأقل	72	63.7
	6 – 10 سنوات	18	15.9
	11 – 15 سنة	16	14.2
	16 سنة فأكثر	7	6.2
المسمى الوظيفي	مدير فرع	9	8.0
	مدير	17	15.0
	رئيس قسم	21	18.6
	موظف	66	58.4

يتضح من معطيات الجدول السابق رقم (1) أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث قليلاً، وشكلوا ما نسبته (51.3%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهذا يعكس واقع الحال في الوظائف الإشرافية والفنية والإدارية في الشركة المبحوثة، مقابل الإناث اللواتي شكلن ما نسبته (48.7%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

وبخصوص متغير العمر، فقد أظهرت معطيات الجدول السابق ذاته أن الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) قد احتلت المرتبة الأولى، وشكلت ما نسبته (62.8%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، تلاها الفئة العمرية (30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة بلغت (28.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (40 إلى أقل من 50 سنة)، وشكلت ما نسبته (8.0%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بنسبة بلغت (0.9%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

وفيما يتعلق بمتغير المؤهل العلمي، فقد تبين من الجدول السابق رقم (2) أن حملة درجة البكالوريوس قد شكلوا ما نسبته (55.8%)، مقابل (21.2%) من مجموع عينة الدراسة كانوا من حملة درجة الدراسات العليا، ثم تلاها في المرتبة الثالثة حملة درجة الدبلوم المتوسط بنسبة بلغت (16.8%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وفي المرتبة الأخيرة فئة الثانوية العامة فما دون وشكلوا ما نسبته (6.2%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

وحول متغير عدد سنوات الخبرة في مجال العمل، فقد تبين من معطيات الجدول السابق رقم (2) أن فئة (5 سنوات فأقل) قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت (63.7%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وفي المرتبة التالية جاءت فئة (6 – 10 سنوات)، وشكلت ما نسبته (15.8%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة (11 – 15 سنة) بنسبة بلغت (14.2%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وأخيراً جاءت الفئة (16 سنة فأكثر) بنسبة بلغت (6.2%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

وبخصوص متغير المسمى الوظيفي، فقد بينت معطيات الجدول السابق رقم (2) أن فئة موظف قد شكلت ما نسبته (58.4%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، تلاها فئة رئيس قسم بنسبة بلغت (18.6%)،

وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة مدير وشكلت ما نسبته (15.0%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وأخيرًا فئة مدير عام بنسبة بلغت (8.0%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

3.3 أداة الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة في الاستبانة الملحق (أ)، التي تم بناؤها وتطويرها بناءً على الدراسات السابقة والإطار النظري، واستشارة ذوي الخبرة والاختصاص، وقد تكونت الاستبانة من الأقسام الآتية:

■ القسم الأول: ويتضمن المعلومات المعبرة عن خصائص عينة الدراسة، وفقًا للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي)، والمتغيرات الوظيفية (العمر، المؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة في مجال العمل، والمسمى الوظيفي).

■ القسم الثاني: وتناول الفقرات التي تقيس المتغير المستقل (ريادة الأعمال)، ويقاس بالفقرات (1 – 19).

■ القسم الثالث: وتناول الفقرات التي تقيس المتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)، ويتكون من الأبعاد الآتية:

- المسؤولية القانونية، ويقاس بالفقرات (20 – 24).

- المسؤولية الاقتصادية، ويقاس بالفقرات (25 – 29).

- المسؤولية الأخلاقية، ويقاس بالفقرات (30 – 34).

وقد صنفت إجابات المبحوثين على فقرات الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي، وحددت بخمس إجابات حسب أوزانها وعلى النحو الآتي: (موافق بشدة وأعطيت خمس درجات، موافق وأعطيت أربع درجات، محايد وأعطيت ثلاث درجات، غير موافق وأعطيت درجتين، غير موافق بشدة وأعطيت درجة واحدة).

4.3 ثبات أداة الدراسة:

جرى استخراج معامل الثبات طبقاً لمعادلة كرونباخ ألفا للتأكد من الاتساق الداخلي بصيغته النهائية الكلية ولكل متغير بجميع أبعاده، وقد بلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.960) وتراوحت قيم معاملات الثبات ما بين (0.921 – 0.944)، وتعد هذه النتيجة مرتفعة، وتدل على الثبات والاتساق بين فقرات الأداة، والجدول التالي رقم (3) يبين قيم معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة المستقلة والوسيلة والتابعة:

جدول (2): قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة

رقم الفقرة	اسم البعد	معامل الثبات (كرونباخ ألفا)
19-1	المتغير المستقل: ريادة الأعمال	0.944
24-20	المسؤولية القانونية	0.786
29-25	المسؤولية الاقتصادية	0.825
34-30	المسؤولية الأخلاقية	0.785
34-20	المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية	0.921
34-1	الأداة ككل	0.960

(النجار والزعبي 2013)

5.3 المعالجة الإحصائية:

لتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS.23) وباستخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة حسب متغيراتها الشخصية والوظيفية.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛ للتعرف على متوسط إجابات المبحوثين على الفقرات التي تقيس المتغير المستقل، وأبعاد المتغير التابع.
3. مصفوفة معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة: المستقل والتابع.
4. تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis) لاختبار صلاحية نموذج الدراسة، وتأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها والتوصيات

تمهيد

تناول هذا الفصل عرضًا لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات، وهي قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع أبعاد الدراسة والفقرات المكونة لكل بعد، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإجابة على الاستبانة تدرجت ضمن مقياس (ليكرت) للخيارات المتعددة الذي يحتسب أوزان تلك الفقرات بطريقة خماسية والمستخدم في هذه الدراسة وعلى النحو الآتي:

جدول (3): مقياس ليكرت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

واستخدمت للتعليق على درجات المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة وفقًا لمقياس ليكرت

الخماسي لبدائل الإجابة لكل عبارة:

قاعدة الأهمية النسبية = (الحد الأعلى للبدل - الحد الأدنى للبدل) / عدد المستويات

$$1.333 = 3 / (1 - 5) =$$

$$2.333 = 1.333 + 1$$

$$3.666 = 1.333 + 2.333$$

$$5 = 1.333 + 3.666$$

وبناءً على ذلك فإن الحكم على قيم المتوسطات الحسابية لتفسير البيانات باستخدام المعيار

جاءت كما يأتي:

جدول (4): قيم المتوسطات الحسابية

مرتفع	متوسط	منخفض
5.00 – 3.67	3.67 – 2.34	1 – 2.34

وبناءً على ذلك فإن قيمة المتوسط الحسابي للفقرات الذي يقع ضمن الفئة (5.00 – 3.67) يكون مستوى الآراء مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد العينة على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي يقع ضمن الفئة (3.66 – 2.34) فإن مستوى الآراء متوسط، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من (2.33) يكون مستوى الآراء منخفضاً، وهذا يعني ضعف موافقة أفراد العينة على الفقرة.

1.4 عرض النتائج:

1.1.4 السؤال الأول: ما هو مستوى تطبيق ريادة الأعمال في الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقس المتغير المستقل: ريادة الأعمال

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	المستوى حسب المتوسط
1	تمنح الشركة الأعمال الريادية لخدمة المجتمع مكانة في خططها المستقبلية.	4.20	0.825	1	مرتفع
2	تعزز الشركة الأفكار المطروحة من قبل الموظفين لخدمة المجتمع.	4.00	0.813	6	مرتفع

مرتفع	12	0.929	3.89	3	تجتهد الشركة في تقديم نماذج إبداعية عن الموظفين السابقين فيما يتعلق بخدمتهم للمجتمع.
مرتفع	17	1.020	3.85	4	تعتمد الشركة على الإبداع كنهج خلاق لحل المشاكل المجتمعية.
مرتفع	2	0.900	4.11	5	تسعى الشركة إلى تقديم خدمات جديدة للمجتمع.
مرتفع	8	0.983	3.92	6	تعزز الشركة سمة التحدي لدى موظفيها من أجل إيجاد أفكار جديدة لخدمة المجتمع.
مرتفع	9	1.014	3.91	7	يتم ابتكار أساليب جديدة من أجل تقليل المشكل المجتمعية.
مرتفع	10	0.987	3.91	8	تقوم الشركة بتقديم خدمات للمجتمع لأول مره يتم طرحها.
مرتفع	14	1.025	3.86	9	تقوم الشركة بأعمال تنافسية لخدمة المجتمع.
مرتفع	15	1.017	3.86	10	تتبنى الشركة مبادرات تحت على خدمة المجتمع.
مرتفع	5	0.959	4.01	11	تقوم الشركة بتتبع الفرص التي تمكنها من خدمة المجتمع.

12	تتميز الشركة عن غيرها في خدمة المجتمع.	3.84	1.023	18	مرتفع
13	يؤدي تفرد الشركة في خدم المجتمع من الاستمرار في تقديم الخدمات للمجتمع بشكل أفضل.	4.05	0.943	3	مرتفع
14	تمكن خدمة المجتمع الشركة من زيادة حصتها السوقية.	3.88	1.007	13	مرتفع
15	يساعد تفرد الشركة في خدمة لمجتمع على أن تكون أكثر كفاءة من غيرها.	4.05	0.962	4	مرتفع
16	تقوم الشركة بخدمة المجتمع بجرأة ومجازفة.	3.86	0.990	16	مرتفع
17	تستثمر الشركة في الخدمات المجتمعية ذات المخاطر العالية.	3.91	1.057	11	مرتفع
18	تقوم الشركة بخدمة المجتمع في ظل حالة عدم التأكد التي تحيط بها.	3.73	1.029	19	مرتفع
19	لثقافة الشركة التنظيمية دور في دراسة المخاطر وتقييمها.	3.96	0.981	7	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	3.94		-	مرتفع

تُشير النتائج الإحصائية في الجدول السابق رقم (5) إلى أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس المتغير المستقل ريادة الأعمال قد بلغ (3.94) ويمثل درجة تقدير مرتفعة، وقد احتلت الفقرة رقم (1) (تمنح الشركة الأعمال الريادية لخدمة المجتمع مكانة في خططها المستقبلية) المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (5) (تسعى الشركة إلى تقديم خدمات جديدة للمجتمع)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الفقرة رقم (18) (تقوم الشركة بخدمة المجتمع في ظل حالة عدم التأكد التي تحيط بها)، وقد حظيت جميع الفقرات الواردة في الجدول أعلاه بدرجات تقدير مرتفعة.

2.1.4 السؤال الثاني: ما هو مستوى المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية، المسؤولية

الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية) في الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقيس المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	المستوى حسب المتوسط
1	المسؤولية القانونية	4.00	0.692	1	مرتفع
2	المسؤولية الاقتصادية	3.83	0.754	3	مرتفع
3	المسؤولية الأخلاقية	3.99	0.685	2	مرتفع
-	المتوسط الحسابي العام	3.94		-	مرتفع

تُشير نتائج الجدول السابق رقم (6) إلى أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) قد بلغ (3.94) بانحراف معياري (0.658) ويمثل درجة تقدير مرتفعة، وقد احتل بعد المسؤولية القانونية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.00)، تلاه بعد المسؤولية الأخلاقية بمتوسط حسابي (3.99)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء بعد المسؤولية الاقتصادية بمتوسط حسابي (3.83)، وقد حظيت جميع المتوسطات الحسابية لأبعاد المتغير التابع بدرجات تقدير مرتفعة.

وفيما يلي عرض تفصيلي لقيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس أبعاد المتغير التابع المسؤولية الاجتماعية كل على حده:

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقيس بعد المسؤولية القانونية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	المستوى حسب المتوسط
20	تلتزم الشركة بالقانون والأنظمة للدولة بما يحقق مصلحة المستفيدين.	4.24	0.899	1	مرتفع
21	توفر الشركة دليلاً يوضح حقوق وواجبات المستفيد من خدماتها.	4.04	0.890	2	مرتفع
22	تلتزم الشركة قانونيًا بحقوق المستفيدين عند أي مخالفة تتم.	3.97	0.949	4	مرتفع

23	تطبيق الشركة معايير جودة الأداء لتقديم خدمات ذات جودة للمستفيدين.	3.73	1.037	5	مرتفع
24	تحرص الشركة على توفير كافة الجوانب القانونية في معاملاتها.	4.01	0.931	3	مرتفع
-	المتوسط الحسابي العام	4.00		-	مرتفع

تُشير النتائج الإحصائية في الجدول السابق رقم (7) إلى أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس بعد المسؤولية القانونية قد بلغ (4.00) ويمثل درجة تقدير مرتفعة، وقد احتلت الفقرة رقم (20) (تلتزم الشركة بالقانون والأنظمة للدولة بما يحقق مصلحة المستفيدين) المرتبة الأولى، تلاها الفقرة رقم (21) (توفر الشركة دليلاً يوضح حقوق وواجبات المستفيد من خدماتها)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (23) (تطبيق الشركة معايير جودة الأداء لتقديم خدمات ذات جودة للمستفيدين)، وقد حظيت جميع الفقرات الواردة في الجدول أعلاه بدرجات تقدير مرتفعة.

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقيس بعد المسؤولية الاقتصادية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	المستوى حسب المتوسط
25	تتوافق أرباح الشركة المحققة مع طبيعة الخدمات التي تقدمها.	3.93	0.997	1	مرتفع

26	تفصح الشركة عن أرباحها أمام المجتمع بشفافية مطلقة.	3.85	1.011	3	مرتفع
27	تحدد الشركة جانب التبرعات للمجتمع في ميزانيتها السنوية.	3.86	0.925	2	مرتفع
28	توازن الشركة بين نسبة الفائدة ومستوى الدخل في المجتمع.	3.77	0.964	4	مرتفع
29	توفر الشركة احتياجات المجتمع على حساب أرباحها.	3.76	1.020	5	مرتفع
-	المتوسط الحسابي العام	3.83		-	مرتفع

توضح النتائج الإحصائية في الجدول السابق رقم (8) إلى أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس بعد المسؤولية الاقتصادية قد بلغ (3.83) ويمثل درجة تقدير مرتفعة، وقد احتلت الفقرة رقم (25) (تتوافق أرباح الشركة المحققة مع طبيعة الخدمات التي تقدمها) المرتبة الأولى، تلاها الفقرة رقم (27) (تحدد الشركة جانب التبرعات للمجتمع في ميزانيتها السنوية)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (29) (توفر الشركة احتياجات المجتمع على حساب أرباحها)، وقد حظيت جميع الفقرات الواردة في الجدول أعلاه بدرجات تقدير مرتفعة.

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متوسط استجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقيس بُعد المسؤولية الأخلاقية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	المستوى حسب المتوسط
30	تلتزم الشركة أدبياً أمام المجتمع بتوفير احتياجاته العامة.	4.08	0.927	2	مرتفع
31	تتوافق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع.	3.88	0.874	4	مرتفع
32	تحارب الشركة جميع أوجه الفساد مهما كانت معقدة.	3.83	0.972	5	مرتفع
33	تعلن الشركة عن طبيعة التزامها للجمهور من حيث المساعدات.	3.93	0.988	3	مرتفع
34	تحترم الشركة أخلاقيات المهنة تجاه المستفيدين منها.	4.21	0.911	1	مرتفع
-	المتوسط الحسابي العام	3.99	0.685	-	مرتفع

دلت النتائج الإحصائية في الجدول السابق رقم (9) على أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد

العينة على الفقرات التي تقيس بُعد المسؤولية الأخلاقية قد بلغ (3.99) ويمثل درجة تقدير مرتفعة، وقد

احتلت الفقرة رقم (34) (تحترم الشركة أخلاقيات المهنة تجاه المستفيدين منها) المرتبة الأولى، تلاها الفقرة

رقم (34) (تلتزم الشركة أدبياً أمام الجمهور بتوفير احتياجاته العامة)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم

(32) (تحارب الشركة جميع أوجه الفساد مهما كانت معقدة)، وقد حظيت جميع الفقرات الواردة في الجدول أعلاه بدرجات تقدير مرتفعة.

2.4 العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع:

اعتمدت هذه الدراسة على قيم قوة الارتباط لمعاملات الارتباط الموضحة بأدناه لبيان قوة الارتباط بين متغيرات الدراسة، وتحليل وتفسير النتائج المتعلقة بذلك، وكما يأتي:

جدول (10): قيم قوة الارتباط لمعاملات الارتباط

مدى قوة معامل الارتباط	قيمة معامل الارتباط R
لا يوجد ارتباط	0.00
ارتباط منخفض	0.00 – أقل من 0.30
ارتباط متوسط	0.30 – أقل من 0.60
ارتباط عال	0.60 – أقل من 0.80
ارتباط عال جدًا	0.80 – أقل من 1.00
ارتباط تام	1.00

المصدر: (النجار وآخرون، 2013)

جدول (11): قيم معاملات الارتباط بين المتغير المستقل (ريادة الأعمال) وأبعاد المتغير التابع

(المسؤولية الاجتماعية)

المتغير	المسؤولية القانونية	المسؤولية الاقتصادية	المسؤولية الأخلاقية	المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية
المتغير المستقل: ريادة الأعمال	**0.664	**0.743	**0.683	**0.754

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$.

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (11) وجود علاقة ارتباط عال وطردى ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (ريادة الأعمال) والمتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.754) وهو معنوي عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$. كما بينت النتائج كذلك وجود علاقة ارتباط عالية وطردية ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل وأبعاد المتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط ما بين (0.664 – 0.743)، وهي معنوية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$.

3.4 اختبار فرضيات الدراسة:

1.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة Ho

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.01)$ لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

جدول (12): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج

لاختبار الفرضية الرئيسية

المصدر	معامل R	معامل R^2	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	0.754	0.569	27.599	1	27.599	*146.335	0.000
الخطأ			20.934	111	0.189		
الكلية			48.533	112			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$.

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (12) إلى صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية، وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية، اعتمادًا على قيمة (F) المحسوبة البالغة (146.335) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$)، كما تبين النتائج الإحصائية في الجدول ذاته أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (56.9%) من التباين في المتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)، وهي قوة تفسيرية تعكس درجة عالية من قوة واستقرار نموذج الدراسة. ويعزز ذلك قيمة معامل (Beta) والبالغة (0.754) وقيمة (t) المحسوبة البالغة (12.097) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) والتي تعكس طبيعة العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، والجدول (11) يبين النتائج:

جدول (13): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في

المسؤولية الاجتماعية

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	T	دلالة t
الثابت	1.095	0.239			
المسؤولية الاجتماعية	7220	0600	7540	*12.097	0000

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$).

واعتمادًا على ما تقدم نرفض فرضية الدراسة الرئيسية بصورتها العدمية، ونقبل الفرضية البديل التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

2.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى H0-1

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال في (المسؤولية القانونية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

جدول (14): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج

لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

المصدر	معامل R	معامل R^2	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	0.935	0.874	42.409	1	42.409	*768.609	0.000
الخطأ			6.125	111	0.055		
الكل			48.533	112			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$).

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (14) إلى صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الأولى، وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لريادة الأعمال في المسؤولية القانونية، اعتماداً على قيمة (F) المحسوبة البالغة (768.609) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$)، كما تبين النتائج الإحصائية في الجدول ذاته أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (87.4%) من التباين في المتغير التابع (المسؤولية القانونية)، وهي قوة تفسيرية تعكس درجة عالية من قوة واستقرار نموذج الدراسة. ويعزز ذلك قيمة معامل (Beta) والبالغة (0.935) وقيمة (t) المحسوبة البالغة (27.724) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) والتي تعكس طبع العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، والجدول التالي (13) يبين النتائج:

جدول (15): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في

المسؤولية القانونية

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	T	دلالة t
الثابت	0.385	0.130			
المسؤولية القانونية	0.889	0.032	0.935	*27.724	0.000

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

واعتمادًا على ما تقدم نرفض فرضية الدراسة الفرعية الأولى بصورتها العدمية، ونقبل الفرضية

البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لريادة الأعمال في

المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

3.3.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية H0-2:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لريادة الأعمال في المسؤولية

الاجتماعية (المسؤولية الاقتصادية) لدى الشركات الخاص بمدينة الرياض.

جدول (16): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج

لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

المصدر	معامل R	معامل R^2	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	0.908	0.824	39.987	1	39.987	*519.388	0.000
الخطأ			8.546	111	0.077		
الكل			48.533	112			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (16) إلى صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لريادة الأعمال في المسؤولية الاقتصادية، اعتماداً على قيمة (F) المحسوبة البالغة (516.388) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.000$ وهي معنوية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، كما تبين النتائج الإحصائية في الجدول ذاته أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (82.4%) من التباين في المتغير التابع (المسؤولية الاقتصادية)، وهي قوة تفسيرية تعكس درجة عالية من قوة واستقرار نموذج الدراسة.

ويعزز ذلك قيمة معامل (Beta) والبالغة (0.908) وقيمة (t) المحسوبة البالغة (22.790) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.000$ وهي معنوية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ والتي تعكس طبيعة العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، والجدول التالي (15) يبين النتائج:

جدول (17): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال المسؤولية

الاقتصادية

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	t	دلالة t
الثابت	0.906	0.136			
المسؤولية الاقتصادية	0.791	0.035	0.908	*22.790	0.000

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

واعتماداً على ما تقدم نرفض فرضية الدراسة الفرعية الثانية بصورتها العدمية، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاقتصادية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

4.3.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة H0-3:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

جدول (18): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج

لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

المصدر	معامل R	معامل R^2	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	0.937	0.878	42.632	1	42.632	*801.860	0.000
الخطأ			5.901	111	0.053		
الكل			48.533	112			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$).

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (18) إلى صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لريادة الأعمال في المسؤولية الأخلاقية، اعتمادًا على قيمة (F) المحسوبة البالغة (801.860) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$)، كما تبين النتائج الإحصائية في الجدول ذاته أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (87.8%) من التباين في المتغير التابع (المسؤولية الأخلاقية) وهي قوة تفسيرية تعكس درجة عالية من قوة واستقرار نموذج الدراسة.

ويعزز ذلك قيمة معامل (Beta) والبالغة (0.937) وقيمة (t) المحسوبة البالغة (28.317) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) والتي تعكس طبيعة العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، والجدول التالي (17) يبين النتائج:

جدول (19): قيمة معامل (Beta) وقيمة (t) ومستوى دلالة للتعرف على أثر لريادة الأعمال في

المسؤولية الأخلاقية

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	t	دلالة t
الثابت	0.352	0.129			
المسؤولية الأخلاقية	0.900	0.032	0.937	*28.317	0.000

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

واعتمادًا على ما تقدم نرفض فرضية الدراسة الفرعية الثالثة بصورتها العدمية، ونقبل الفرضية

البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لريادة الأعمال في

المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 مناقشة النتائج:

فيما يأتي مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1. إن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس المتغير المستقل (ريادة الأعمال)، قد جاء بدرجة تقدير مرتفعة، وتدل هذه النتيجة على اهتمام الشركة بالأعمال الريادية لخدمة المجتمع المحلي، ويتضح هذا الاهتمام من خلال خططها المستقبلية وتقديم خدمات جديدة والاستمرار في تقديم تلك الخدمات بشكل أفضل، كما تبين من النتائج أن الشركة تعزز الأفكار المطروحة من قبل الموظفين لخدمة المجتمع، وتتبع الفرض التي تمكنها من خدمة المجتمع المحلي، ودراسة المخاطر وتقييمها، وكذلك حث موظفيها على الإبداع وإيجاد الأفكار الجديدة وابتكار أساليب جديدة في العمل لحل المشاكل المطروحة، الأمر الذي يقود بالنهاية إلى التميز والإبداع وتقديم خدمات نوعية جيدة للزبائن؛ مما يمكنها من الاحتفاظ بالزبائن واستقطاب زبائن جدد، والمحافظة على حصتها السوقية، والقدرة على التنافس لخدمة المجتمع.

إن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات التي تقيس المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) قد جاء بدرجة تقدير مرتفعة، وتدل هذه النتيجة على الدور الاجتماعي للشركة في خدمة المجتمع المحلي والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والمعايير المحاسبية حول ذلك، وتتفق النتيجة مع نتيجة دراسة Anna (2020) التي بينت أن الشركات في سلوكها ملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية والعمل التطوعي الإضافي، وتجري حوارًا مع أصحاب المصلحة، وتستثمر في تحسين العلاقات. كما تتفق النتيجة كذلك مع نتيجة دراسة Helena (2020) التي بينت أن المسؤولية الاجتماعية تحفز أنواعًا أخرى من الابتكار، وتحسن جودة المنتجات والخدمات، وتلبي توقعات جميع أصحاب المصلحة. كما تتفق النتيجة مع نتيجة دراسة إشتيوي (2019) التي بينت أن البنك يمارس المسؤولية الاجتماعية، وتزامنت المسؤولية بكل أبعادها مع توجهات المستفيدين من الخدمات المقدمة بوزن نسبي كبير (69.46%). واتفقت النتيجة مع

دراسة Borza (2018) التي خلصت نتائجها إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتمتع بإمكانية كبيرة في رومانيا، ولكن هناك حاجة لتطوير مرافق داعمة للحفاظ على الشركات؛ للاستثمار في سياسة المسؤولية الاجتماعية.

وقد احتل بُعد المسؤولية القانونية المرتبة الأولى بدرجة تقدير مرتفعة، وتدل هذه النتيجة على التزام الشركة بالقوانين والأنظمة بما يحقق مصلحة المستفيدين، وتوضيح حقوق المستفيدين والالتزام بها وتوضيح واجباتهم، وتطبيق معايير جودة الأداء لتقديم خدمات ذات جودة للمستفيدين، وتوفير كافة الجوانب القانونية في معاملاتها، مما يعني التزام الشركة بالمسؤولية القانونية.

وجاء في المرتبة الثانية بُعد المسؤولية الأخلاقية بدرجة تقدير مرتفعة، وتعني هذه النتيجة التزام الشركة أخلاقياً بتوفير الخدمات التي تلي احتياجات المجتمع المحلي، وبما يتوافق مع أهدافها المخطط لها والتي تتسق مع أهداف المجتمع، وكذلك التزام الشركة بأخلاقيات المهنة أثناء تعاملاتها مع الزبائن، ومحاربة كافة أوجه الفساد بما يدعم طبيعة التزامها أمام جمهور المتعاملين معها، وتتفق النتيجة مع دراسة Xue (2019) التي قدمت لمحة عامة عن دراسات المسؤولية الأخلاقية للشركات ومناقشة اتجاهات البحث المستقبلية المحتملة، وتناولت الدراسة المساهمات الفكرية في مجال المسؤولية الأخلاقية، وتسلط الضوء على القضايا التي لم يتم حلها. والتقت النتيجة مع نتيجة دراسة Adda (2019) التي بينت أن أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية مهمتان للغاية للنمو التنظيمي والنجاح، وأن أخلاقيات العمل تؤدي إلى علاقات إيجابية بين الموظفين والعملاء والمجتمع؛ مما يحسن من السمعة العامة للشركة وولاء أكبر للعملاء، وتتفق النتيجة مع دراسة Koleva (2019) التي بينت الدور الكبير للمسؤولية الأخلاقية في تعزيز ولاء المستهلكين في بلغاريا.

وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء بُعد المسؤولية الاقتصادية وبدرجة تقدير مرتفعة، وتعني هذه المسؤولية أن الشركة لها دور اقتصادي في المجتمع من حيث تقديم التبرعات وإدراج ذلك في ميزانياتها السنوية، وتوافق أرباحها مع طبيعة الخدمات التي تقدمها للمجتمع المحلي.

2. بينت النتائج وجود علاقة ارتباط عالية وطردية ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (ريادة الأعمال) والمتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية)، وكذلك وجود علاقة ارتباط عالية وطردية ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل وأبعاد المتغير التابع (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية الأخلاقية)، وتدلل هذه النتيجة أن نجاح الشركة في تحقيق ريادة الأعمال ساعدها في تحقيق الأرباح التي مكنتها من المسؤولية الاجتماعية المتمثلة في الالتزام القانوني والأخلاقي، وتتفق النتيجة مع دراسة التلواني (2017) التي بينت نتائجها وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات ريادة الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.
3. بينت النتائج أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية مجتمعة (المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. وتعني هذه النتيجة أن نجاح الشركة وريادة أعمالها وقدرتها على تحقيق النجاح والمنافسة، والمحافظة على الحصة السوقية والإبداع والابتكار، كل ذلك له أثر إيجابي في دورها الاجتماعي والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية والقانونية والاقتصادية والأخلاقية.
4. وتوصلت النتائج إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية القانونية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. وتعني هذه النتيجة أن ريادة الشركة في أعمالها ساعدها على الالتزام القانوني أمام المجتمع المحلي وجمهور المتعاملين معها من الزبائن وطالبي الخدمات، وتتفق النتيجة مع دراسة إشتيوي (2019) التي أوصت بزيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والقانونية والاقتصادية، واعتبرته من أهم الجوانب التي يمكن أن تؤثر على اتجاهات التسويق المجتمعي.
5. توصلت النتائج إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاقتصادية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، وتعني هذه النتيجة أن ريادة الشركة في أعمالها ساعدها على الالتزام الاقتصادي أمام المجتمع المحلي من حيث تقديم التبرعات والمساعدات والمساعدة في حل مشكلتي الفقر والبطالة.

6. وأخيرًا بينت النتائج أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الأخلاقية) لدى الشركات الخاصة بمدينة الرياض عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وتعني هذه النتيجة أن ريادة الشركة في أعمالها ساعدها على الالتزام الأخلاقي أمام المجتمع المحلي وجمهور المتعاملين معها من الزبائن وطالبي الخدمات، وتتفق مع دراسة Xue (2019) التي إلى وجود علاقة بين تطوير البحوث الإدارية والمسؤولية الأخلاقية للشركات، وكما أوصت بضرورة تعميم مفاهيم المسؤولية الأخلاقية على جميع المستويات الإدارية في الشركات، وكما اتفقت مع دراسة Adda (2019) التي هدفت إلى إبراز مفاهيم السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وأوصت كذلك بضرورة وجود التطوير الدائم لمفاهيم المسؤولية الأخلاقية.

2.5 التوصيات:

اعتمادًا على النتائج السابقة، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

1. العمل على تعزيز الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية (القانونية، الأخلاقية، والاقتصادية) بما يمكن الشركة من تحقيق أهدافها.
2. ضرورة قيام الشركة بالاستثمار في البرامج المتخصصة (مثل تعميم التجارب العالمية وغيرها) بزيادة الأعمال؛ لتحسين الأداء الفردي والمؤسسي، وتحقيق ميزة تنافسية، وبالتالي تحقيق الأهداف المخطط لها.
3. إجراء مزيد من الدراسات العلمية المماثلة لموضوع الدراسة الحالية في شركات أخرى تعمل في قطاعات أخرى غير قطاع الاتصالات؛ يقصد الاستفادة من نتائجها وتعميم توصياتها.
4. العمل على تعزيز دور الشركة في توفير احتياجات المجتمع والبيئة.
5. العمل على توافق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع من خلال التعرف على احتياجات ومتطلبات المجتمع.
6. العمل على تعزيز مواجهة الفساد من قبل الشركة.

Abstract

The study aimed to identify entrepreneurship in social responsibility applied to private companies in Riyadh. To achieve the study's objectives, a descriptive-analytical approach was used, relying on the study tool (questionnaire), which was distributed to a sample of 133 employees in private companies in Riyadh. The SPSS.23 program was used for statistical analysis.

The study results indicated a positive impact of applying entrepreneurship on social responsibility in its dimensions (legal responsibility, economic responsibility, ethical responsibility). The study recommended the importance of focusing on social responsibility (legal, economic, ethical), enabling companies to achieve their goals, and the necessity for companies to invest in specialized entrepreneurship programs to improve individual and organizational performance, achieve competitive advantage, and thus achieve the planned objectives.

Keywords: Entrepreneurship, Social Responsibility, Private Companies in Riyadh

المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. ابن كليب، محسن محمد، اليزيدي، ناهد محمد، لعني، عدنان حامد، محروس، فاطمة أبو بكر، و باحاج، أمير أحمد. (2023). أثر قيادة الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على مصنع المكلا لتعليب الأسماك في محافظة حضرموت - اليمن. مجلة الريان للعلوم الإنسانية والتطبيقية، مج6، ع1، 57 - 95. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1407506>
2. إلياس، سليمان، دولي، سعاد، وبركات، عائشة. (2023). أثر قيادة الأعمال الاجتماعية على التنمية المحلية: جمعية حراء أنموذجاً. مجلة قيادة الأعمال الإسلامية، مج8، ع1، 76 - 59. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1349957>
3. بختاوي، أمال، و صوار، يوسف. (2022). أثر قيادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي: دراسة حالة لعينة من الدول الآسيوية. مجلة آفاق للعلوم، مج7، ع2، 693 - 703. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1254139>
4. بدوي، محمد خميس بدر. (2020). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قيمة وأداء الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات المصرية المسجلة في سوق الأوراق المالية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج44، ع4، 2 - 47. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1278832>
5. بلجازية، عمر، بوزنيط، كترة، و الشلبي، فراس سليمان حسن عبدالله. (2021). الثقافة التنظيمية وأثرها في المسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة مؤسسة صناعة الجلود بالميلية جيجل. مجلة اقتصاديات المال والأعمال، مج5، ع2، 4 - 20. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1227948>
6. بلوم، سعيدة، و عبدالحكيم، شاهد. (2023). أثر قيادة الأعمال على الصادرات الجزائرية: دراسة قياسية للفترة 2001-2020. مجلة اقتصاد المال والأعمال، مج8، ع1، 835 - 852. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1372498>

7. حسين، سهام نبيل سليمان. (2019). المرونة الاستراتيجية كمدخل لتحقيق الريادة لمنظمات الأعمال:

دراسة تطبيقية على الشركة المصرية للاتصالات بمحافظة كفر الشيخ. مجلة التجارة والتمويل، ع2

، 136 - 185. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1038064>

8. خطاب، نهى محمد شحات. (2023). أثر المسؤولية الاجتماعية وحوكمة الشركات على التعثر المالي.

مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، مج8، ع1 ، 1 - 30. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1408173>

9. الدريبان، خالد محمد خلف، و الشعار، قاسم إبراهيم عبد الكريم. (2021). أثر القدرات الديناميكية

في ريادة الأعمال: الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت (رسالة

دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1216438>

10. زبدة، خالد حسن. (2020). أثر الأداء المالي على المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة ميدانية على

البنوك المدرجة في بروصة فلسطين. المجلة العربية للعلوم الإدارية، مج27، ع3 ، 485 - 523. مسترجع

من <http://search.mandumah.com/Record/1134417>

11. زيادة، رانية محمد محمود. (2021). دور ريادة الأعمال في تحقيق المسؤولية المجتمعية: دراسة تطبيقية

على الشركات بإقليم عسير. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج45، ع4 ، 1 - 18. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/128820>

12. سلام، أسامة محمد محمد. (2020). أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء: الدور الوسيط

لجودة الخدمة المدركة: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات في مصر. مجلة التجارة والتمويل، ع4 ،

1 - 38. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1175346>

13. السيد، علي مجاهد أحمد، الطحان، إبراهيم محمد، و هنداي، أحمد منير عبدالسلام. (2020). أثر

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قيمة المنشأة: دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة

بالبورصة المصرية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، ع9 ، 910 - 962. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1082496>

14. الشريف، دعاس محمد، و بوشنقىر، إيمان. (2023). أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء

المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهن بسوق أهراس. مجلة آفاق للبحوث والدراسات، مج6، ع1، 233 - 250. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1355557>

15. الشلاحي، عبدالله موهج حامد، و شاهين، عبدالحميد أحمد. (2022). أثر الإفصاح الاختياري عن

المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات: دراسة نظرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، مج13، ع2، 792 - 803. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1291089>

16. الشورة، منار خالد، و الصرايرة، عامر سالم. (2023). أثر الذكاء الاستراتيجي في قيادة الأعمال

المستدامة: الدور الوسيط للحكومة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزرقاء،

الزرقاء. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1459004>

17. عبداللطيف، علي محمد، محمد، شريف طاهر، و أحمد، محمد نمر علي. (2022). أثر الوفاء

بالمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي بالبنوك التجارية: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإدارية،

مج40، ع1، 1 - 32. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1289265>

18. عرقاوي، سامر محمد حسن، حرز الله، فادي، أبو حفيظة، سهى مفيد، و أبو موسى، مهند محمود

موسى. (2020). الابتكار الإداري واستراتيجية قيادة الأعمال: العلاقة والأثر: دراسة حالة في الشركة

الإسلامية الفلسطينية للتنمية. مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، مج8، ع1، 82 - 84. مسترجع

من <http://search.mandumah.com/Record/1423749>

19. العقرباوي، ديماس حسن صالح، و العضيلة، علي بن محمد عمر. (2023). أثر قيادة الأعمال الرقمية

على الابتكار التنظيمي: دراسة حالة مجموعة طلال أبو غزالة العالمية - الأردن (رسالة ماجستير غير

منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1422396>

20. المجروب، عبدالله سلطان صالح، الرقاد، محمد عبدالكريم سالم، و العبادي، عبير فوزان عارف.

(2020). أثر الخفة الاستراتيجية في قيادة الأعمال: الدور الوسيط لإدارة المواهب: دراسة حالة في وزارة

الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية

العالمية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1216119>

21. محمد، الريان محمد حمد، و محمد، اسامة عبدالكريم. (2019). المسؤولية الاجتماعية ودورها في

التنمية المجتمعية: دراسة حالة: شركة زين للاتصالات "السودان" (رسالة ماجستير غير منشورة).

جامعة إفريقية العالمية، الخرطوم. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1035022>

22. محمدي، هبه عطيه، الهواري، ناهد محمد يسري، و نصحي، أمير عاطف. (2022). أثر ممارسات إدارة

الأرباح والتجنب الضريبي على المسؤولية الاجتماعية للشركة: دراسة تطبيقية. الفكر المحاسبي،

مج26، ع1، 111 - 148. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1373041>

23. محمود، حلوم فرج، عواد، عمرو محمد أحمد، و بالتمر، أحمد على. (2023). أثر رأس المال الفكري

على ريادة الأعمال: دراسة ميدانية على مركز بنغازي الطبي بدولة ليبيا. المجلة العلمية للاقتصاد

والتجارة، ع2، 719 - 746. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1395361>

24. مديني، عثمان، و يغني، سامية. (2020). أثر الذكاء الاجتماعي في تبني المسؤولية الاجتماعية: دراسة

لعينة من أطباء القطاع الخاص. مجلة العلوم الإدارية والمالية، مج4، ع1، 73 - 84. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1063862>

25. مسلم، طارق عبدالحميد علي، و الشورة، محمد سليم خليف. (2023). أثر ريادة الأعمال في الأداء

التسويقي: الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية في شركات الصناعات الغذائية الأردنية (رسالة

دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1461318>

26. نور الدين، كباشي محمد حامد، و الحادو، ضياء الحق الماهل عمر. (2020). أثر أخلاقيات العمل

على المسؤولية الاجتماعية المدركة: دراسة حالة عينة من شركات البترول السودانية. مجلة العلوم

الاقتصادية والإدارية، مج21، ع2، 271 - 292. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1154304>

27. يمانى، عبدالله بن قاسم حسن. (2018). أثر الحوكمة على الوفاء بالمسئولية الاجتماعية لدى شركات

المساهمة السعودية. الفكر المحاسبي، مج22، ع2 ، 756 - 788. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/911844>

28. يوسف، نورا خليل. (2023). أثر تفويض السلطة على ريادة الأعمال: دراسة تحليلية في منظمات

المجتمع المدني السوري. مجلة ريجان للنشر العلمي، ع38 ، 316 - 339. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1407937>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Abbas, Syed Ali (2018). Entrepreneurship And Information Technology Businesses In Economic Crisis, The International Journal. Entrepreneurship And Sustainability Issues Issn, 5(3). 682-692.
2. Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. The International Journal of Management Education, 18(1), 100327.
3. AL Duwailah F. Mansouri, H. & Ben Ayad M. (2019). The Impact of Entrepreneurship Drivers on Kuwaiti Entrepreneurs' Capabilities and Opportunities, REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES, 10(1), 35-49
4. Al-Majroob, A., Al-Raqad, M.& Al-Abadi, A. (2020). The Impact of Talent Management Strategies on the employees' performance in the Ministry of Social Affairs and Labor MOSAL in the State of Kuwait. Modern Applied Science: 14(7).50-59
5. Alobidyeen, Buthina. (2020). Strategic intelligence and its impact on achieving entrepreneurship: A field study on Jordanian industrial companies that won the King

Abdullah II Award for excellence. Journal of Administrative and Business Studies Volume 6, No. 1.

6. Antoncic, Madelyn. "A paradigm shift in the board room: Incorporating sustainability into corporate governance and strategic decision- making using big data and artificial intelligence." Journal of Risk Management in Financial Institutions 13.4 (2020): 290-294.
7. Asil, A and Frahmand, N. (2019). Design and Implementation of Strategic Agility Evaluation Model with Structural Equation Modeling Approach, Academy of Strategic Management Journal. 18(1), 19-39
8. Leguel, Samira, and Zamali, Nawal. (2016). Social responsibility: concept, dimensions, standards. Journal of Humanities and Social Sciences, No. 27, 301-308. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/804171>
9. Santos et la, Isfenti, et al. (2023)"The Impact of Strategic Intelligence on Entrepreneurial Behaviour and Organizational Development." 3rd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2021). Atlantis Press..
10. Shuja al-Din, Abdel-Mumen Abdel-Qader. (2018). Corporate social responsibility: a comparative study. Al-Nasser University Journal, No. 11, 185-228. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1072141>

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس أثر ريادة الأعمال على المسؤولية الاجتماعية " دراسة

تطبيقية على الشركات الخاصة بمدينة الرياض "

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- الفئة العمرية ☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30 – أقل من 40 سنة ☐ من 40 – أقل من 50 سنة ☐ من 50 سنة فأكثر
- 3- المؤهل العلمي ☐ دبلوم متوسط ☐ بكالوريوس ☐ ثانوية عامة فما دون ☐ دراسات عليا
- 4- سنوات الخبرة ☐ من 5 سنوات فأقل ☐ من 6 – 10 سنوات ☐ من 11 – 16 سنة ☐ من 16 سنة فأكثر
- 5- المسمي الوظيفي ☐ مدير ☐ مدير فرع ☐ رئيس قسم ☐ موظف

ثانياً محاور الاستبيان

✓ المحور الأول: ريادة الأعمال، ضع إشارة (√) في المربع المناسب

لاختيارك:

المبعد	أو افق بشدة	أو افق	محايد	معارض بشدة	معارض بشدة
تمنح الشركة الأعمال الريادية لخدمة المجتمع مكانة في خططها المستقبلية.					
تعزز الشركة الأفكار المطروحة من قبل الموظفين لخدمة المجتمع.					
تجتهد الشركة في تقديم نماذج إبداعية عن الموظفين السابقين فيما يتعلق بخدمتهم للمجتمع.					
تعتمد الشركة على الإبداع كنهج خلاق لحل المشاكل المجتمعية.					
تسعى الشركة إلى تقديم خدمات جديدة للمجتمع.					
تعزز الشركة سمة التحدي لدى موظفيها من أجل إيجاد أفكار جديدة لخدمة المجتمع.					
يتم ابتكار أساليب جديدة من أجل تقليل المشكل المجتمعية.					

					تقوم الشركة بتقديم خدمات للمجتمع لأول مره يتم طرحها.
					تقوم الشركة بأعمال تنافسية لخدمة المجتمع.
					تتبنى الشركة مبادرات تحث على خدمة المجتمع.
					تقوم الشركة بتتبع الفرص التي تمكنها من خدمة المجتمع.
					تتميز الشركة عن غيرها في خدمة المجتمع.
					يؤدي تفرد الشركة في خدم المجتمع من الاستمرار في تقديم الخدمات للمجتمع بشكل أفضل.
					تمكن خدمة المجتمع الشركة من زيادة حصتها السوقية.
					يساعد تفرد الشركة في خدمة لمجتمع على أن تكون أكثر كفاءة من غيرها.
					تقوم الشركة بخدمة المجتمع بجرأة ومجازفة.
					تستثمر الشركة في الخدمات المجتمعية ذات المخاطر العالية.
					تقوم الشركة بخدمة المجتمع في ظل حالة عدم التأكد التي تحيط بها.
					لثقافة الشركة التنظيمية دور في دراسة المخاطر وتقييمها.

✓ المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
المسؤولية القانونية					
تلتزم الشركة بالقانون والأنظمة للدولة بما يحقق مصلحة المستفيدين.					
توفر الشركة دليلاً يوضح حقوق وواجبات المستفيد من خدماتها.					
تلتزم الشركة قانونياً بحقوق المستفيدين عند أي مخالفة تتم.					
تطبق الشركة معايير جودة الأداء لتقديم خدمات ذات جودة للمستفيدين.					
تحرص الشركة على توفير كافة الجوانب القانونية في معاملاتها.					
المسؤولية الاقتصادية					
تتوافق أرباح الشركة المُحققة مع طبيعة الخدمات التي تقدمها.					
تفصح الشركة عن أرباحها أمام المجتمع بشفافية مطلقة.					
تحدد الشركة جانب التبرعات للمجتمع في ميزانيتها السنوية.					

					توازن الشركة بين نسبة الفائدة ومستوى الدخل في المجتمع.
					توفر الشركة احتياجات المجتمع على حساب أرباحها.
المسؤولية الأخلاقية					
					تلتزم الشركة أدبياً أمام المجتمع بتوفير احتياجاته العامة.
					تتوافق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع.
					تحارب الشركة جميع أوجه الفساد مهما كانت معقدة.
					تعلن الشركة عن طبيعة التزامها للجمهور من حيث المساعدات.
					تحترم الشركة أخلاقيات المهنة تجاه المستفيدين منها.

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Management



Department of business administration

The Impact of Entrepreneurship on Social Responsibility:

An Applied Study on Private Companies in Riyadh

Preparation:

Maram Al-Hussein Al-Qarni

232001900

Supervision:

Dr. Ahmed Rageh

1445-2024