

## مرواد الأعمال الاجتماعيون: سلالة نادرة بالمغرب

رشيد أشنين

باحث في الاقتصاد

هل تساءلنا يوماً كيف سيكون شكل العالم إذا كرس كل شخص جزءاً كبيراً من عقله وجهده وموارده لحل مجموعة من التحديات الاجتماعية؟ هل تمنيت يوماً أن تحدث فرقاً بشأن الفوارق الاجتماعية؟

يجد الكثير منا، سواء كانوا يعيشون في أحد أقل المجتمعات تطوراً في العالم أو في أحد أكثر مجتمعات العالم تطوراً، صعوبة في تجاهل الظروف غير المثالية التي تؤثر علينا وعلى من حولنا. قد تكون هذه الظروف محلية أو ظروف عالمية. كما يمكن أن تشمل التدهور البيئي، والتلوث، والفساد، وعدم الحصول على التعليم أو الرعاية الصحية، وغيرها. في بعض الحالات، تؤثر هذه الظروف على الجميع؛ في معظم الحالات، تؤثر بشكل متناسب على الفئات السكانية الأكثر ضعفاً وحرماناً في مجتمعنا. ضربت فكرة ريادة الأعمال الاجتماعية على وتر حساس. إنها عبارة مناسبة تماماً لعصرنا. فهي تجمع بين شغف المهمة الاجتماعية وصورة الانضباط والابتكار والتصميم الشبيه بالعمل التجاري المرتبط بشكل شائع، على سبيل المثال، برواد التكنولوجيا الفائقة في وادي السيليكون. لقد أخفقت العديد من الجهود الحكومية والخيرية في تحقيق توقعاتنا. غالباً ما يُنظر إلى مؤسسات القطاع الاجتماعي الرئيسية على أنها غير فعالة وغير مستجيبة. هناك حاجة إلى رواد الأعمال الاجتماعيين لتطوير نماذج جديدة لقرن جديد (النموذج التنموي الجديد).

ليس كل قائد أعمال، رائد أعمال بالمعنى الذي كان يدور في ذهن ساي وشومبيتر ودراكر وستيفنسون. في حين أننا قد نرغب في المزيد من السلوك الريادي في كلا القطاعين، إلا أن المجتمع يحتاج إلى أنواع وأساليب قيادة مختلفة. رواد الأعمال الاجتماعيين هم سلالة خاصة من القادة، ويجب الاعتراف بهم على هذا النحو. يحافظ هذا التعريف على مكانتهم المميزة ويضمن عدم معاملة ريادة الأعمال الاجتماعية باستخفاف. نحتاج إلى رواد أعمال اجتماعيين لمساعدتنا في إيجاد طرق جديدة نحو التحسين الاجتماعي والنجاح النموذج التنموي الجديد، مع دخولنا القرن القادم.

ان مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية، كان غائباً تقريباً في البحث الأكاديمي حتى نهاية التسعينيات، أصبحت ريادة الأعمال الاجتماعية والمشاريع الاجتماعية مجال بحث مهم منذ ذلك الحين، (في بحث على الإنترنت من خلال Google Scholar في أكتوبر ٢٠٢٠، تم تحديد ما يقارب ١٣٠٠٠٠٠ مقالة و ٢٤٠ كتاباً تشتمل على مصطلح "ريادة الأعمال الاجتماعية"). ركزت أعداد خاصة من العديد من المجالات على ريادة الأعمال الاجتماعية وتم إنشاء مجلتين على الأقل خصيصاً للتعامل معها والقضايا ذات الصلة الوثيقة (The Social Enterprise Journal (Emerald) و The Journal of Social Entrepreneurship (روتليدج)). ونجد بالمغرب، انه لم يتم إيلاء الاهتمام الأكاديمي لريادة الأعمال الاجتماعية إلا بشكل متقطع ولم يتم نشر سوى عدد قليل من الأوراق. ريادة الأعمال الاجتماعية هي تخصص جديد في البحث العلمي على الرغم من قدر لا بأس به من التقدم في الممارسة. بالنظر إلى الحاجة إلى نهج متوازن مع ثلاثة مبادئ تنموية (اجتماعية واقتصادية وبيئية)، يشعر المتخصصون في مجال التنمية والمجتمع الأكاديمي بالحافز لاعتباره نموذجاً جديداً للتنمية البشرية. جعل الناس قادرين على المشاركة في النظام الرائد في السوق وبناء قدراتهم من خلال تسهيل الروابط مع السوق من خلال الائتمان والمعلومات في الوقت المناسب يبدو أنه النهج الجديد لهذا النموذج. في هذا الخطاب الجديد، يُنظر إلى التمويل التنموي بشكل متزايد على أنه استثمار اجتماعي، في حين أن المهمة الاجتماعية والتغيير الاجتماعي ليست الأهداف الوحيدة للاستثمار، ولكن الاستفادة المالية لمثل هذه المبادرات تعتبر أيضاً أمراً بالغ الأهمية. وهكذا، أصبحت العائدات الاجتماعية (الشاملة للبيئة) والمالية على الاستثمارات مؤشرات للتنمية المستدامة.

ان هدفنا من هذه الورقة البحثية، هو الإشارة الى أن ريادة الأعمال الاجتماعية هي الحل الناجع لتنزيل وانجاح النموذج التنموي الجديد بالمغرب، وأيضا مناقشة مفاهيم ذات صلة بالموضوع: ريادة الأعمال الاجتماعية ليست قطاعاً منفصلاً؛ إنها ليس مرادفاً للأعمال الاجتماعية؛ ليس شكلاً جديداً من أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ وهي ليست النموذج الوحيد للابتكار الاجتماعي، وهو ما سنتناوله من خلال المحاور التالية: معنى ريادة الأعمال الاجتماعية، وريادة الأعمال الاجتماعية ورائد الأعمال الاجتماعي.

## المحور الأول- معنى ريادة الأعمال الاجتماعية :

إن وضع تعريف متفق عليه لريادة الأعمال الاجتماعية، لم يثبت أنه مهمة سهلة، نجد وفقاً لمورت وآخرون . (٢٠٠٣، ص ٧٦)، ريادة الأعمال الاجتماعية هي: "بناء متعدد الأبعاد يتضمن التعبير عن السلوك الفاضل في ريادة الأعمال لتحقيق الرسالة الاجتماعية، ووحدة متماسكة للهدف والعمل في مواجهة التعقيد الأخلاقي، والقدرة على التعرف على فرص خلق القيمة الاجتماعية وخصائص صنع القرار الرئيسية المتمثلة في الابتكار والاستباقية والمجازفة". فيما ينظر ماير ومارتي (٢٠٠٤، ص ٣) إلى أن ريادة الأعمال الاجتماعية على أنها: "عملية تتكون من الابتكار ومزيج من الموارد لاستكشاف الفرص واستغلالها، والتي تهدف إلى تحفيز التغيير الاجتماعي من خلال تلبية الاحتياجات الإنسانية الأساسية بطريقة مستدامة". كما أن أوستن وآخرون . (٢٠٠٦ ب، ص ٢) عرف ريادة الأعمال الاجتماعية على أنها "نشاط مبتكر يخلق قيمة اجتماعية يمكن أن يحدث داخل أو عبر القطاعات غير الربحية أو التجارية أو الحكومية". أخيراً، زهراء وآخرون . (٢٠٠٩، ص ٥) تشير إلى أن ريادة الأعمال الاجتماعية تشمل "الأنشطة والعمليات التي يتم الاضطلاع بها لاكتشاف، وتحديد، واستغلال الفرص من أجل تعزيز الثروة الاجتماعية من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو إدارة المنظمات القائمة بطريقة مبتكرة".

على الرغم من هذه الخلافات والمناقشات المستمرة، لا يزال هناك بعض الاتفاق الواسع حول عدد من الخصائص الرئيسية التي تحدد عمل ريادة الأعمال الاجتماعية، (Martin and Osberg، 2007؛ Nicholls، 2006)، نجد جميع تعاريف ريادة الأعمال الاجتماعية تتفق على ضرورة وجود النتائج الاجتماعية أو البيئية التي لها الأسبقية على تعظيم الأرباح أو الاعتبارات الاستراتيجية الأخرى.

### السمة المميزة الثانية هي الابتكار

يمكن متابعة الابتكار من خلال النماذج والعمليات التنظيمية الجديدة، أو من خلال المنتجات والخدمات الجديدة، أو من خلال التفكير الجديد حول التحديات المجتمعية وتأطيرها. تجمع العديد من مبادرات ريادة الأعمال الاجتماعية بين هذه الطرق المختلفة للابتكار. أخيراً، يؤكد العديد من المؤلفين على كيفية قيام رواد الأعمال الاجتماعيين بنشر نماذجهم المبتكرة اجتماعياً من خلال إجراءات موجهة نحو السوق مدفوعة بالأداء، وتوسيع نطاق مبادراتهم في سياقات أخرى من خلال التحالفات والشراكات، مع فكرة

الوصول إلى نتائج أوسع وأكثر استدامة. ونجد أن نيكولز وتشو (٢٠٠٦) حدد اللبنات الأساسية لريادة الأعمال الاجتماعية: الابتكار، وتوجه السوق.

يشير البعد الأول، "الاجتماعية"، إلى التركيز الاجتماعي والبيئي لريادة الأعمال الاجتماعية. يمكن تحديد هذا التركيز من خلال إنشاء المنافع العامة والعوامل الخارجية الإيجابية. مثال على ذلك، لمبادرات ريادة الأعمال الاجتماعية:

- الرعاية الاجتماعية والخدمات الصحية (مثل، مستشفيات أرافيند للعيون في الهند).
- التعليم والتدريب (مثل، لجنة إضفاء الطابع الديمقراطي على تكنولوجيا المعلومات في البرازيل).
- التنمية الاقتصادية (مثل المؤسسات الاجتماعية لتكامل العمل، أو WISEs، في أوروبا).
- الإغاثة في حالات الكوارث والمساعدات الدولية (مثل مشروع "صوت المزارع" المبتكر من (Keystone).

التخطيط والإدارة البيئية (مثل مجلس الإشراف البحري).

لكن الاجتماعية، قد تكمن أيضاً في العمليات التنظيمية نفسها. في الواقع، ابتكر رواد الأعمال الاجتماعيون الحلول المبتكرة اجتماعياً من حيث ممارسات التوظيف (توظف WISE عمالاً ذوي مهارات منخفضة)، وإدارة سلسلة التوريد (مثل جيد هو التجارة العادلة)، واستخدام الطاقة وإعادة التدوير (مثل تعاونيات الطاقة المتجددة القائمة على المواطن)، والحصول على الائتمان والخدمات المالية (أنواع مختلفة من التمويل الأصغر). أخيراً، يمكن تحديد الاجتماعية في نتائج المنظمة التي ستركز على التأثير الاجتماعي و / أو البيئي بدلاً من العوائد المالية. من أجل الحصول على هذه النتائج، كان مجال ريادة الأعمال الاجتماعية رائداً في مجموعة من معايير وطرق تقييم الأداء الجديدة التي تأخذ في الاعتبار هذه الآثار غير المالية (Stone and Cutcher – Gershenfeld، 2001).

فيما يتعلق بالخاصية الثانية للريادة الاجتماعية، الابتكار، من المثير للاهتمام ملاحظة أن نهجها في ريادة الأعمال الاجتماعية له الكثير من القواسم المشتركة مع النماذج الموجودة في ريادة الأعمال التجارية على سبيل المثال، في بعض الحالات، يمكن أيضاً العثور على فكرة شومبيتر عن عمليات "التدمير الإبداعي" التي تغير الأنظمة وتعيد تنظيم الأسواق حول توازنات اقتصادية جديدة في مبادرات ريادة الأعمال

الاجتماعية، إما من خلال التغييرات الإضافية على المستوى الجزئي أو من خلال التدخلات التخريبية في مستوى الأنظمة (Martin and Osberg, 2007).

ثالثاً، يتجلى توجه السوق في مجموعة متنوعة من الطرق في زيادة الأعمال الاجتماعية، وأكثرها وضوحاً في شكل المشاريع الاجتماعية الربحية، التي تعمل في الأسواق التجارية وتدر أرباحاً لإعادة الاستثمار في مهمتها الاجتماعية (Alter, 2006). يقترح (Defourny, 2001) ومؤلفون آخرون من شبكة EMES أن المؤسسات الاجتماعية على عكس المنظمات غير الحكومية التقليدية والمنظمات غير الربحية، لديها إنتاج مستمر للسلع و / أو الخدمات وتحمل مخاطر اقتصادية – الإفلاس دائماً نتيجة محتملة. يُقترح أيضاً الحد الأدنى من العمل المدفوع الأجر، أي القوة العاملة التي لا تتكون فقط من المتطوعين، كعنصر يميز المقابلة الاجتماعية. يحدد نيكولز وتشو (2006) الميزات الأخرى التي توسع بُعد توجيه السوق، ولا سيما التركيز الواضح على التحسين المستمر للأداء والمقاييس، وزيادة المساءلة، والتركيز المستمر على تحقيق مهمتهم التي تتخلل الثقافة التنظيمية بأكملها.

بناءً على كيفية دمج المؤسسات الاجتماعية للبنات البناء هذه، تم اقتراح أنماط مختلفة من زيادة الأعمال الاجتماعية. في عام 2000، اقترح فاولر ثلاثة أنواع من زيادة الأعمال الاجتماعية: "متكامل" (عندما ينتج النشاط الاقتصادي في حد ذاته نتائج اجتماعية)؛ "إعادة تفسير" (عندما تزيد مؤسسة غير ربحية من دخلها المكتسب)؛ و "مكمل" (حيث تدعم الإيرادات التجارية الرسالة الاجتماعية لمنظمة غير ربحية ذات صلة). في تمرين مماثل، يميز (Alter, 2006) بين نماذج المشاريع الاجتماعية بناءً على توجه رسالتها (من موجه نحو الرسالة إلى موجه نحو الربح)، على مجموعتهم المستهدفة، وعلى كيفية ارتباط البرامج الاجتماعية والأنشطة التجارية ببعضها البعض. يحدد Alter ثلاثة نماذج أساسية للمقابلة الاجتماعية: مضمنة (عندما تكون البرامج الاجتماعية متأصلة في الأنشطة التجارية، كما هو الحال في التجارة العادلة)؛ متكامل (عندما تتداخل البرامج الاجتماعية مع الأنشطة التجارية، على سبيل المثال في مؤسسة Scojo في الهند)؛ وخارجية (عندما تكون الأنشطة التجارية مصدراً خارجياً لتمويل البرامج الاجتماعية، عادةً في الصحة أو التعليم غير الربحي).

بعد تحديد الأبعاد التعريفية الرئيسية لريادة الأعمال الاجتماعية، سوف نستكشف فيما بعد عن المفاهيم البديلة التي تختلف عن ريادة الأعمال الاجتماعية إلى حد معين – على الرغم من أن حدود الأخير لا

تزال موضع خلاف . ومع ذلك، فإن الاقتصاد الاجتماعي هو مفهوم أوسع وأضيق من ريادة الأعمال الاجتماعية. إنه أوسع لأنه يشمل المنظمات التي ليست بالضرورة ريادية ولا تعتمد بالضرورة على موارد السوق. في الواقع، يمكن تقديم نفس الملاحظة للمنظمات غير الهادفة للربح، والتي ليست جميعها ريادية. من ناحية أخرى، يمكن النظر إلى الاقتصاد الاجتماعي على أنه أضيق من ريادة الأعمال الاجتماعية لأنه يشمل فقط المنظمات ذات الأشكال القانونية المحددة: المنظمات غير الربحية / الخيرية، والتعاونيات، والتعاضديات، والمؤسسات. وبالتالي يتجاهل المؤسسات الاجتماعية التي لم تعتمد أحد هذه الأشكال والتي لا تحد رسمياً من توزيع الأرباح. الأمثلة والنماذج الأخرى لريادة الأعمال الاجتماعية المدمجة كشركات صغيرة أو عائلية، تقع في القطاع العام وفي عالم الشركات، والناجمة عن الشراكات مع هذه القطاعات وفيما بينها، تلمس أيضاً ارتباط ريادة الأعمال الاجتماعية بالمجتمع المدني والاقتصاد الاجتماعي القطاعات. علاوة على ذلك، من الواضح أن مستويات التحليل متباينة. حيث يشير الاقتصاد الاجتماعي إلى مجال أو قطاع ( "القطاع الثالث" ) بطريقة ثابتة. وبالتالي فإن ريادة الأعمال الاجتماعية ليست قطاعاً منفصلاً، إنها مجموعة من المنظمات والعمليات المختلطة، التي قد تحدث في مساحات مؤسسية مختلفة بين وعبر القطاعات القائمة.

وأيضاً، هناك عنصران يميزان ريادة الأعمال الاجتماعية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. أولاً، المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست بالضرورة ريادية ولا مبتكرة. قد تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات بالفعل من مواءمة ممارسات الشركات مع الممارسات والمعايير الراسخة (بما في ذلك القانون)، وبالتالي تفتقر إلى الابتكار. ثانياً، تختلف الأهداف الخاصة بمشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات وريادة الأعمال الاجتماعية اختلافاً جوهرياً. في ريادة الأعمال الاجتماعية، فإن المهمة الاجتماعية لها الأسبقية والأرباح هي وسيلة للوصول إلى هذه المهمة؛ وبالتالي، يجب إعادة استثمارها جزئياً على الأقل في المشروع بدلاً من تخصيصها بشكل أساسي من قبل المساهمين. في الشركات، مهما كانت المسؤولية، يظل تعظيم الربح هو الهدف النهائي ويتم توجيهه نحو تخصيص قيمة المساهمين. ومن ثم، وبعيداً عن مواقف الربح والمهمة الاجتماعية، فإن مسألة تخصيص القيمة هي التي تميز ريادة الأعمال الاجتماعية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (سانتوس، ٢٠٠٩). وبالطبع، قد لا يكون من السهل تحديد مثل هذا

التمييز بشكل تجريبي، وتظل مسألة تحديد نسبة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يمكن تصنيفها على أنها قيادة الأعمال الاجتماعية للشركات مفتوحة للنقاش.

### المحور الثاني: قيادة الأعمال الاجتماعية ورائد الأعمال الاجتماعي

في تحليل مفصل للأدبيات، وجد Dacin و Dacin و (Matear 2010) أن التعريفات الحالية لقيادة الأعمال الاجتماعية تركز على أربعة عوامل رئيسية: خصائص رواد الأعمال الاجتماعيين الفرديين، ونطاق نشاطهم، والعمليات والموارد المستخدمة من قبل رواد الأعمال الاجتماعيين، والمهمة والنتائج الأساسية المرتبطة بالمقاول الاجتماعي الذي يخلق القيمة الاجتماعية.

بينما يرى الباحثون أن المناهج التي تركز على خصائص رواد الأعمال الاجتماعيين الفرديين ليست واعدة جداً لأغراض التعريف والتمايز (انظر على سبيل المثال (Gartner، 1988)، تركز الأبحاث الحديثة بشكل خاص على تطوير مفاهيم قيادة الأعمال الاجتماعية التي تشكل خليط من النشاط والعمليات والاستخدام (المبتكر) للموارد، بالإضافة إلى مهمة ونتائج رواد الأعمال الاجتماعيين (قيادة الأعمال الاجتماعية). تتراوح المصطلحات والمواضيع التي تغطيها هذه المفاهيم من أنشطة قيادة الأعمال الاجتماعية مقابل النشاط الاجتماعي، وغير الهادفة للربح مقابل الربحية، النتيجة الاجتماعية مقابل النتيجة الاقتصادية لتكوين الثروة الاجتماعية مقابل تكوين الثروة الاقتصادية. على عكس ممثلي مثل هذه المواقف المتطرفة، هناك أيضاً باحثون تبينوا منظوراً أكثر تمايزاً، وطوروا تعريفات ومفاهيم أكثر شمولاً وتكاملاً.

أحد الأمثلة على هذا المنظور الأوسع اقتصادياً هو التعريف بواسطة (Zahra et al. 2009)، ص (٥٢٢) الذين يقترحون أن "أي تعريف أو قياس أو تقييم لقيادة الأعمال الاجتماعية يجب أن يعكس كلا من الاعتبارات الاجتماعية والاقتصادية". لذلك يقترحون معياراً لتقييم تلك الفرص والعمليات التنظيمية المتعلقة بها قيادة الأعمال الاجتماعية التي يجب أن تنعكس من خلال مصطلح أوسع يسمى "الثروة الإجمالية"، التي لها نتائج ملموسة (على سبيل المثال، المنتجات أو العملاء المخدومون أو الأموال المتولدة) والنتائج غير الملموسة (مثل الثروة والسعادة والرفاهية العامة والاحترام المتبادل والأسرة القوية المحبة). فهذه الأخيرة تعتبر بعض أشكال الثروة الجيدة عالمياً، قليل هم الذين ينكرون أن هذه ثروة، ولو أنها لا تدرج في حسابات الاقتصاديين، لكن كلمة الثروة تعني الاستخدام اليومي للموجودات المالية،

وتحمل غالبا الرغبة في الزيادة. فالثروة بالنسبة الى بعض الناس قد تعني امتلاك أكثر ما يحتاجونه بصفة شخصية مهما كانت هذه الحاجة. والثروة لا حدود لها عند بعضهم أيضا. أما بالنسبة الى الفقراء فان الأمور أكثر موضوعية، فمثلا لو أخذنا أم يموت طفلها من الجوع، ربما ترى أن حفنة من الأرز يوميا ثروة تفوق كل المقاييس. ففي المقابل نجد معنى الثروة لدى الغني الجشع (رواد الأعمال الغير اجتماعيين)، هي مجرد شراء فراري ثانية، أو يخت بحري، أو طائرة خاصة. وهنا يأتي دور رواد الأعمال الاجتماعيين الحقيقيين، هو اعادة مفهوم الثروة الى أصلها الأولي ألا وهو الثروة الاجمالية أو الشاملة.

تعريف الثروة الإجمالية:

$$* \text{الثروة الاجمالية} = (\text{TW}) \text{ الثروة الاقتصادية} + (\text{EW}) \text{ الثروة الاجتماعية (SW).}$$

$$\text{الثروة الاقتصادية (EW)} = \text{القيمة الاقتصادية (EV)} - \text{التكاليف الاقتصادية (EC)} - \text{تكاليف الفرصة (OC)}؛$$

$$\text{الثروة الاجتماعية} = \text{القيمة الاجتماعية (SV)} - \text{التكاليف الاجتماعية (SC)}$$

\* نتيجة لذلك يمكن حساب الثروة الإجمالية على النحو التالي:

$$\text{TW} = \text{EV} + \text{SV} - (\text{EC} + \text{OC} + \text{SC})$$

يوضح "إجمالي الثروة" المحسوب بهذه الطريقة نطاق التوليفات المحتملة بين "الثروة الاقتصادية" المتطرفة من ناحية و "الثروة الاجتماعية" من ناحية أخرى والتي قد تحدث في كيانات ريادة الأعمال. من أجل تطبيق عملي لحساب الثروة الإجمالية، سيكون من الضروري تقييم القيمة الاقتصادية و / أو الاجتماعية بالإضافة إلى التكاليف الاقتصادية ذات الصلة (مثل التلوث البيئي) و / أو التكاليف الاجتماعية (مثل الخلاف الاجتماعي). نظراً لأن كيانات ريادة الأعمال تتميز عادةً بندرة الموارد، يجب أن يأخذ الحساب أيضاً تكاليف الفرصة البديلة في الاعتبار. وباستخدام هذه الطريقة، قد يكون معيار الثروة الإجمالية مفيداً للباحثين والممارسين لتقييم كل من الفرص والمشاريع الاقتصادية والاجتماعية ( Zahra et al., 2009).

يمكن اعتبار رواد الأعمال الاجتماعيين بمثابة قوى دافعة للتغيير الاجتماعي والاقتصادي في العديد من السياقات. يتعرفون على الفرص الجديدة أو يكتشفونها ويستغلونها؛ يدخلون في عملية الابتكار والتكيف والتعلم. يولدون ثروة اجتماعية واقتصادية. لقد طور ( Zahra et al., 2009)، نهجاً قائماً على النظرية الاقتصادية يميزون فيه بين ثلاثة أنواع مختلفة من رواد الأعمال / ريادة الأعمال:



العمال الاجتماعيون، والبنائون الاجتماعيون، والمهندسون الاجتماعيون. تتميز الأنواع الثلاثة بالطريقة التي يتعرف بها رواد الأعمال الاجتماعيون على الفرص، ويحددون الرسالة والأهداف، ويكتسبون ويستخدمون الموارد، ويتعاملون مع المشكلات الاجتماعية ويوسعون نطاقهم الجغرافي، حيث يعالج البناء الاجتماعي الاحتياجات والمشاكل الاجتماعية على المستوى المحلي. على عكس الأنواع الأخرى من رواد الأعمال الاجتماعيين، يمكنهم الاستفادة من الموارد النادرة فقط على المستوى المحلي واستخدامها لمعالجة القضايا الاجتماعية في مجتمعاتهم. أفعالهم تحكمها معرفتهم المحلية والضمنية الفريدة. وفقاً لنظرية كيرزير، يجب على أنصار البناء الاجتماعي أن يكونوا متيقظين للفرص في السياقات الاجتماعية. على سبيل المثال، قد يتخذون إجراءات في حالات فشل السوق أو الحكومة. حيثما تحدث فجوات في النظم الاجتماعية أو الهياكل التي لا يتم سدها أو يتم سدها بشكل غير كاف من قبل الشركات القائمة، المنظمات الحكومية أو المنظمات غير الربحية، فقد يكتشف رواد الأعمال الاجتماعيون فرصهم في تنظيم المشاريع. على النقيض من البنائين الاجتماعيين، حيث أنهم يهدفون، إلى حل أكثر شمولاً وقابلية للتوسع للقضايا الاجتماعية. النوع الثالث، المهندسين الاجتماعيين، يعالج المشاكل الاجتماعية الوطنية والعبارة للحدود والعالمية المعقدة بطريقة منهجية. وفقاً لشومبيتر، لا يقوم المهندسون الاجتماعيون بإحداث تحسينات اجتماعية تدريجية فحسب، بل يقومون بتغييرات اجتماعية ثورية جوهرية. إنهم يعملون على نطاق واسع وعلى نطاق أكثر شمولية، وبالتالي فإن أنشطتهم ذات مستوى اجتماعي عالٍ ولها أثر اقتصادي جدهام.

تم تطوير نهج استراتيجي آخر يقوم على النظريات الاقتصادية بواسطة سانتوس (٢٠٠٩). اعتماداً على السؤال عما إذا كان يتم تعظيم الربح أم لا، يتم تصنيف ريادة الأعمال إما في فئة "إنشاء القيمة" أو "تخصيص القيمة". يعني الأخير في هذا السياق أن رواد الأعمال سيكونون قادرين على الاحتفاظ بجزء كبير من القيمة التي يولدونها. وفقاً لذلك، في حين يفترض أن ريادة الأعمال الاجتماعية تخلق قيمة اجتماعية عالية، فإنها لا توفر الكثير من الإمكانيات لتخصيص القيمة. في النظام الاقتصادي الرأسمالي، فإن رواد الأعمال التجاريين الذين ينتهجون استراتيجية موجهة للربح سيخرجون بالتالي رواد الأعمال الاجتماعيين من السوق لأن الأول لديهم المزيد من رأس المال تحت تصرفهم. وقد ميز سانتوس أيضاً بين العديد من أصحاب المصلحة (الحكومة، والأعمال التجارية، والجمعيات الخيرية، وريادة الأعمال

التجارية، والنشاط الاجتماعي وريادة الأعمال الاجتماعية)، الذين يمثلون أدواراً مختلفة في النظام الاقتصادي، ويسعون إلى أهداف مؤسسية مختلفة ويختلفون في منطق عملهم. وفقاً لهذا التصنيف، ينشط رواد الأعمال الاجتماعيين بشكل أساسي في السياقات الأقل ربحية والتي يمكن فيها إنشاء تأثيرات خارجية إيجابية. التخفيف من الآثار الخارجية السلبية هو مهمة النشطاء الاجتماعيين.

لكي نكون أكثر واقعية، في هذه الورقة البحثية، يجب أن ندرس حالة واقعية تجسد ريادة الأعمال الاجتماعية حقيقية، وأيضاً توضح المعنى الحقيقي لرائد أعمال اجتماعي. للإشارة فلدينا العديد من حالات ريادة الأعمال الاجتماعية والناجحة في العديد من الدول، إلا أنه سنكتفي بذكر ودراسة هذه الحالة فقط.

### دراسة حالة - إعداد الفقراء لمواجهة الفقر خيار متاح للقضاء على الفقر

تم دراسة هذه الحالة من خلال تجميع البيانات والمعلومات من [www.bigissue.com](http://www.bigissue.com) و ([www.bigissue.org.uk](http://www.bigissue.org.uk))، مجلة The Big Issue هي مجلة ترفيهية وأخبار وثقافية أسبوعية على غرار مجلة تجارية يتم بيعها في شوارع العديد من المدن البريطانية من قبل المشردين. تم إطلاقه في عام ١٩٩١ من قبل جوردون روديك وأ. جون بيرد. يعتقد روديك وبيرد أن مفتاح حل مشكلة التشرد يكمن في مساعدة الناس على مساعدة أنفسهم. الهدف هو توفير العمل لهم حتى يتمكنوا من كسب دخلهم الخاص. لذلك يشتري البائعون كمية من المجلات بأموالهم الخاصة وبيعونها على مسؤوليتهم الخاصة (الربح أو الخسارة): يهدف هذا إلى زيادة وعيهم بوضعهم الخاص والفقر واستعدادهم للسيطرة على حياتهم مرة أخرى. هدف آخر (غير مباشر) هو لفت الانتباه إلى المظالم الاجتماعية.

يتم وضع المجلة من خلال جودة محتوى الموضوع. لم يتم تصميمه فقط كوسيلة لتحقيق نهاية جمع التبرعات. تباع المجلة في الشوارع حصرياً وليس في المتاجر أو أكشاك الصحف. لذلك يكون العملاء على اتصال مباشر مع البائع عند شراء مجلة. سعر المجلة (حالياً) هو ٢.٥ جنيه إسترليني (٣.٠٠ يورو أو ٤.٠٠ دولارات أمريكية تقريباً). يشتري الباعة الجائلون المجلة مقابل ١.٢٥ جنيه إسترليني من The Big Issue Company Ltd. وبيعونها بسعر ٢.٥٠ جنيه إسترليني للعملاء في الشوارع. كل

(معتمد) جديد.

يتلقى البائع تعليمات قصيرة، على التوالي، للتدريب، لبيع المجلة و (خمس) نسخ مجانية (في لندن عشرة). لا يمكن إرجاع النسخ التي لم يتم بيعها ولا يتم رد أي أموال. أي مبيعات أخرى للمجلة، على

سبيل المثال من الإعلانات، تتحقق مباشرة من قبل **The Big Issue Company Ltd.** تنقسم المنظمة التي تقف وراء **The Big Issue** إلى قسمين: من ناحية، هناك **The Big Issue Company Ltd.**، التي تنتج المجلة وتبيعها لشبكة الباعة الجائلين. من ناحية أخرى، هناك **The Big Issue Foundation** (تأسست عام ١٩٩٥)، وهي مؤسسة غير ربحية تهدف إلى مساعدة الباعة الجائلين على استعادة السيطرة على حياتهم. تقدم مؤسسة **The Big Issue Foundation** خدمات استشارية ومراجع في المجالات الصحية (مثل الوصول إلى الرعاية الصحية) والتمويل (على سبيل المثال، المساعدة في الحصول على بطاقة الهوية، وفتح حساب اتحاد مصرفي)، والإسكان (على سبيل المثال، الحصول على سكن مؤقت ودائم) وكذلك التطلعات الشخصية (على سبيل المثال، الوصول إلى فرص التدريب والعمل).

يتم دعم منظمة **The Big Issue** من قبل الحكومة إلى الحد الأدنى فقط. تعتمد المنظمة بأكملها بشكل شبه حصري على بيع العدد والإعلانات والتبرعات (الطوعية) والعمل التطوعي. بدون كرم الأفراد أو الشركات والمشتريين والمتبرعين وكذلك المنظمات الخيرية، تدعم المنظمة حالياً ٢٨٠٠ شخص من المشردين والمعرضين للمخاطر في جميع أنحاء بريطانيا العظمى. كل أسبوع يتم توزيع ١٢٥٠٠٠ نسخة من **The Big Issue** وقراءتها من قبل ٥٢٢٠٠٠ شخص (**NRS** يناير - ديسمبر ٢٠١٠). ربح بائعو **The Big Issue** أكثر من ٥ ملايين جنيه إسترليني لتحريرهم من التبعية.

يذكر **The Big Issue** أن المجلة "أصبحت مرادفة للصحافة الصعبة والمستقلة، وتشتهر بتأمين مقابلات حصرية مع أكثر النجوم مراوغة. **The Big Issue** هي ظاهرة إعلامية وواحدة من المؤسسات الاجتماعية الرائدة في العالم مع نموذج أعمال ألهم المئات من التقليد؛ من جوهانسبيرغ إلى طوكيو، ومن سيدني إلى أديس أبابا، ومن بيرث إلى ساو باولو، ومن سيول إلى نيروبي، يقود **The Big Issue** ثورة عالمية في المساعدة الذاتية". (القضية الكبرى).

باختصار، رواد الأعمال الاجتماعيون هم القادرين على إدارة استثمارات رأس المال، المالي والاجتماعي، لإحداث التغيير الاجتماعي من خلال آليات يحركها السوق. على الرغم من ذلك، يتم اتباع هذه الطريقة

من قبل الحكومات من جميع أنحاء العالم كمحرك للابتكار لحل المشكلات الاجتماعية المعقدة؛ يقوم رواد الأعمال الاجتماعيون كأفراد بالتجربة والابتكار على المستويات الجزئية لاكتشاف الحلول الملائمة والمستدامة للمشكلات التي لا تستطيع الحكومات معالجتها بكفاءة. الآن، نتفق على أن زيادة الأعمال الاجتماعية كبديل للنظام الاقتصادي الحالي الذي يزيد من العوائد المالية على الاستثمار مع مراعاة ديناميكيات السوق والفرص، وأن زيادة الأعمال الاجتماعية بالأساس تركز على الاستدامة، والتي تلبي احتياجات المجتمع. نظراً لطبيعتها المتأصلة في التعامل مع التعقيدات بطريقة مستدامة بشكل معقول، فقد اكتسبت زيادة الأعمال الاجتماعية القبول لتكون نهجاً مبتكراً ومغير قواعد اللعبة من أجل التنمية، حيث وفرت أملاً جديداً.

أمام كل هذا فإن اليوم، لا بد من إغناء المحتوى الأكاديمي بالمغرب بزيادة الأعمال الاجتماعية، وذلك لإنشاء مجتمع ريادي يعزز الإبداع. من خلال مشاركة المعلومات القيمة، سيسمح للقراء بفهم أفضل لكيفية تكوين زيادة الأعمال الاجتماعية ووجودها في المجتمع المغربي.

**نتائج البحث:** أضفى البحث الى عدة نتائج نلخصها فيما يلي:

- زيادة الأعمال الاجتماعية هو نموذج جديد للتنمية المستدامة.
- زيادة الأعمال الاجتماعية ليس شكلاً جديداً من أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات؛
- الثروة الاجمالية = الثروة الاقتصادية + الثروة الاجتماعية.
- العائدات الاجتماعية والمالية على الاستثمارات مؤشرات للتنمية المستدامة.
- زيادة الأعمال الاجتماعية تخلق قيمة اجتماعية عالية.
- الاقتصاد الاجتماعي هو مفهوم أوسع وأضيق من زيادة الأعمال الاجتماعية.

**التوصيات والاقتراحات:**

- إعطاء أولوية لزيادة الأعمال الاجتماعية التي تحقق القيمة الاجتماعية لأفراد المجتمع.
- ضرورة اغناء المحتوى الأكاديمي بالجامعات والكليات بزيادة الأعمال الاجتماعية.
- تأهيل ودعم رواد أعمال اجتماعيين لكي يكونوا مؤهلين للمساهمة الفعلية في التنمية.
- اعتماد مؤشر الثروة الاجمالية كأداة قياس للنموذج التنموي الجديد.

- إضافة القيمة الاجتماعية لدراسات الجدوى الخاصة بالمشاريع. (دراسة الجدوى الاقتصادية والاجتماعية).

### **References**

- Entrepreneuriat social : théorie et pratique (Praszkier & Nowak, 2012).
- (Meng Zhao, Entrepreneuriat social : une solution innovante aux problèmes sociaux, 2021).
- Problèmes méthodologiques dans la connaissance et la pratique de l'entrepreneuriat social (Satyajit Majumdar, 2020).
- Entrepreneuriat Social et Développement Durable (Archana Singh et Edakkandi Meethal Reji, 2020).
- Innovation sociale et entrepreneuriat social : fondamentaux, concepts et outils (Portales, 2019).
- Entrepreneuriat social et tourisme : philosophie et pratique (Pauline J. Sheldon, 2017).
- Social Entrepreneurship in Non-Profit and Profit Sectors: Theoretical and Empirical Perspectives (Marta Peris-Ortiz, 2017).
- Introduction to social entrepreneurship (Chahine, 2016).
- Emerging Research Directions in Social Entrepreneurship (Larry Pate, 2014).