مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية
كلية التجارة
جامعة الإسكندرية

العدد الأول – المجلد الخامس والخمسون – يناير ٢٠١٨

إدراك الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في تحقيق المسئولية الاجتماعية واثره في تأصيل قيم المواطنة

" دراسة ميدانية "

د/ عدنان صالح الحداد
الباحث الرئيسي
د/ عدنان عبد الرحمن العلي
باحث مشارك
أ/ أحمد السيد أحمد
باحث مشارك
كلية الدراسات التجارية بدولة الكويت

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعريف بمفهوم المسئولية الاجتماعية ، وأهميتها ، وابعادها المختلفة في عالمنا المعاصر ، وإلقاء الضوء على مستوى أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت في مجال المسئولية الاجتماعية ، وبيان أثره في تأصيل قيم المواطنة .

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير إستبانة تضمنت مقياسين " الأول " أشتمل على ٣٢ فقرة لقياس مدى إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في مجال المسئولية الاجتماعية ، " الثاني " أشتمل على ٢٣ فقرة لقياس قيم المواطنة ، وطبقت الدراسة على (٣٢٨) مساهماً من مساهمي الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت .

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : تباين مستوى إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، ويختلف إدراك المساهمين تبعاً لأختلاف كل من " النوع ، الفئة العمرية ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة " ، ولا يؤثر المؤهل التعليمي في مستوى إدراكهم تجاه هذا المجال .

كما أسفرت النتائج عن ووجود علاقة إرتباط موجبة دالة إحصائياً بين استخدام كل من وسائل " التواصل الاجتماعي ، والملصقات والمطبوعات ، النشرات الإعلامية التلفزيونية والإذاعية ، والندوات والاجتماعات " وتعرف المساهمين بأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية ، وأيضاً وجود علاقة ارتباط موجبة دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وتأصيل قيم المواطنة ، ووجد أثر دال إحصائياً لأبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة على تأصيل قيم المواطنة .

شكراً للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب على دعم البحث رقم BS –14-09 ١

Abstract

The study intends to define the concept, significance and various implications of social responsibility in the contemporary world; highlights the performance level of Cooperative Societies in the State of Kuwait in the field of social responsibility; and illustrates its effect on rooting the values of citizenship.

In order to achieve the objectives of study, a questionnaire has been developed, including two measures. The first measure comprises of 32 items to assess the shareholders' awareness extent whether the Cooperative Societies perform their role in the social responsibility. The second measure includes 23 items to assess the values of citizenship. The study was applied 328 shareholders of the Cooperatives in the State of Kuwait.

The study's conclusions include the following : the level of shareholders' awareness towards the role to be played by the Cooperatives in the scope of social responsibility is various.

The perception of shareholders changes based on the difference of gender, age, marital status and conservatism. The educational qualification has no effect on their level of awareness toward this field.

The results also show that there is statistically significant positive correlation between the use of social networking and posters, publications, TV and Radio media broadcasts, seminars and meetings, which introduces shareholders to the activities and programs of social responsibility. There is also statistically significant positive correlation between the dimensions of social responsibility collectively and the consolidation of citizenship values, as well as a statistically significant effect of the total dimensions of social responsibility over the rooting of citizenship values.

مقدمة

التعاونيات بمختلف مجالاتها تعزز مشاركة أفراد المجتمع ، وأنها في طريقها لأن تصبح عاملا رئيسيا من عوامل التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وتساهم في القضاء على الفقر **(UN, 2010)** ، ومن الواضح أنّ التعاونيات قادرة على المساهمة في التنمية المستدامة لما تتمتع به من مرونة اقتصادية واجتماعية وبيئية ، ونحن نعتقد أن التعاونيات يمكن أن تسهم إسهاما كبيرا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة المتعلقة بالعمالة والفقر والجوع والمساواة (**مون ، ٢٠١٦)** .

ويقصد بالتعاونيات طبقاً لتعريف صندوق الأمم المتحدة للسكان بأنها " جماعة مستقلة من الأشخاص يتحدون اختياريا لتلبية احتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتطلعاتهم المشتركة من خلال الملكية الجماعية لمشروع تتوافر فيه ديمقراطية الإدارة والرقابة " **(UNFPA, 2012)** ، لذا أصبحت التعاونيات عاملاً أساساً في تطوير وتنمية المجتمعات المحلية ، وتحقيق خدمات اقتصادية لمرافق حيوية في مختلف شئون حياة أفراد المجتمع .

تعد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية أحدى المنظمات التعاونية الغير ربحية التي تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، كما أنها منظمات لتجميع القدرات والإمكانيات وتوجيهها لدعم الاقتصاد الوطني ، ولم تقتصر أهداف الحركة التعاونية على توفير السلع والخدمات بأسعار تنافسية فحسب وإنما يلقى على عاتقها تحقيق مستوى متميز على صعيد أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية ، ولقد اكتسب مفهوم المسئولية الاجتماعية قدر كبير من الأهمية في أنحاء العالم ، ومن خلال إنخراط منظمات الأعمال في سلوكيات وأنشطة يتولد عنها بلورة مواقف إيجابية لدى أفرد المجتمع مما يعزز من سمعة ومصداقية تلك المنظمات ، وتخلق لهم قدرة تنافسية .

الدراسات السابقة

سوف نستعرض في الجزء التالي بعض الدراسات التي إجريت في فترات سابقة بهدف التعرف على نتائجها والجوانب المختلف لابعاد المسئولية الاجتماعية ، وكذلك أثارها في تأصيل قيم المواطنة ، ومن خلال المسح المكتبي للدراسات السابقة يمكن تقسيم تلك الدراسات التي أمكن الحصول عليها إلى محورين أساسيين كما يلي :

المحور الأول : المسئولية الاجتماعية " المفهوم ، الأبعاد ، الآثار "

دراسة **(Lantos, 2001)** استعرضت تطوير المسئولية الاجتماعية للشركات ومفاهيم عناصرها الأربعة " الاقتصادية ، القانونية ، الأخلاقية ، والواجبات الإيثارية " ، كما تناقش مختلف وجهات النظر عن الدور الصحيح للأعمال التجارية في المجتمع ، وقد أشار إلى أن هناك الكثير من الجدل وعدم الوضوح حول المسئولية الاجتماعية للشركات والتي تنبع من عدم التمييز بين الجانب الأخلاقي والإيثاري كأشكال للمسئولية الاجتماعية للشركات ، ويخلص إلى أن المسئولية الاجتماعية للشركات تعد مرحلة جيدة لقطاع الأعمال والمجتمع ، وضرورة توضيح حدود المسئولية الاجتماعية للشركات.

دراسة **(حريم والساعد ، ٢٠٠٥)** هدفت إلى التعرف على نظرة المديرين تجاه المسئولية

الاجتماعية ومدى مساهمة منظماتهم في تحملها ، وقد أسفرت عن مجموعة من النتائج كان أهمها : عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين تعزى للخصائص الشخصية بالإضافة إلى إن إنخفاض مستوى كل من : مستوى اضطلاع الشركات الصناعية الاستخراجية بمسئوليتها الاجتماعية ، وبالتالي إنخفاض مستوى الدور الذي تؤديه تلك الشركات في مجال المسئولية الاجتماعية.

دراسة (Ghoshal, 2006) هدفت إلى إلقى الضوء على الجوانب المختلفة للمسئولية الاجتماعية وأثارها المترتبة على المدى الطويل من اجل بقاء واستمرار الشركات، وتوصلت الدارسة إلى أن الشركات أدركت أن المسئولية الاجتماعية التي تطبقها تساعد في إثبات القدرة التنافسية لها ، وان المسئولية الاجتماعية أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نمو وتقدم الشركات، وأوصت الدراسة بضرورة فرض قوانين على الشركات فيما يتعلق بأبعاد المسئولية الاجتماعية .

دراسة (**تمكين للدراسات والبحوث ، 2007)** كشفت حجم الالتباس في مفهوم المسئولية الاجتماعية لدى أكبر 100 شركة سعودية ، حيث خرجت بثلاثة تفسيرات رئيسية : الأول يضعها في إطار القيم باعتبارها جزءا من القيم الأخلاقية والدينية ، والثاني يضعها في إطار التبرعات والهبات التي لها علاقة بجمعيات معينة (الشكل التقليدي السابق في الغرب) ، أما التفسير الثالث ، فيظهر أنها مسئولية واستراتيجية لدى الشركة ، وأظهرت الدراسة إن هناك غياب واضح في آليات واستراتيجيات العمل داخل الشركات فيما يخص المسئولية الاجتماعية ، على الرغم من تفهم قطاع الأعمال للتحديات التي تواجه التنمية في المملكة وعلى رأسها توفير فرص العمل ، ضعف التأهيل والمهارات، توظيف المرأة و التنمية المتوازنة ومشاكل الفقر.

دراسة (**الحوري وآخرون ، ٢٠٠٨**) ، هدفت إلى الكشف عن مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسئولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (المجتمع المحلي ، الموظفين ، الزبائن ، الموردين ، البيئة ، المساهمين) ، كما هدفت الدراسة إلى تقييم اثر المسئولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية ، وقد توصلت الدراسة إلى أن شركات دراسة (**الحوري وآخرون ، ٢٠٠٨**) ، هدفت إلى الكشف عن مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسئولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (المجتمع المحلي ، الموظفين ، الزبائن ، الموردين ، البيئة ، المساهمين) ، كما هدفت الدراسة إلى تقييم اثر المسئولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية ، وقد توصلت الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية أظهرت مستوى عال من الاهتمام المسئولية الاجتماعية بأبعادها الستة ، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك إفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية تبعا لمتغيراتهم الديموغرافية ، ووجود اثر معنوي للمسئولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في إدارة الصورة الذهنية ككل، كما تبين عدم وجود اثر معنوي للمسئولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية الذاتية ، ووجود اثر معنوي للمسئولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المرغوبة ، وقد تبين أن بعدي المسئولية الاجتماعية تجاه الموظفين ، والموردين قد اظهرا تأثيرا معنويا أكبر في الصورة الذهنية المرغوبة ، عدم وجود اثر

معنوي المسئولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المدركة ، في حين تبين وجود أثرا معنويا لبعد المسئولية الاجتماعية تجاه الموردين قد اظهر تأثيرا معنويا في الصورة الذهنية المدركة.

دراسة (**الحمدي وجعبل ، ٢٠٠٨**) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمنية لمفهوم وأهمية المسئولية الاجتماعية ، وواقع الأنشطة التي تقوم بها المنظمات الصناعية اليمنية تجاه المجتمع اليمني في إطار مسئوليتها الاجتماعية ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود شعورا إيجابيا وإيمانا كاملا بأن منظماتهم تقوم بتنفيذ العديد من الأنشطة والإيجابية بما يعزز مسئوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح ، كما أوصت الدراسة بضرورة إدراك المنظمات اليمنية بشكل أفضل أن تبني مفهوم المسئولية الاجتماعية هو أكثر من كونه عملا خيريا تقدمه المنظمات لمجتمعها ولكنه عامل تنافسي يؤدي إلى زيادة استقطاب العملاء وبالتالي تخدم مصلحة المنظمة وتؤدي إلى زيادة الأرباح على المدى الطويل.

دراسة (**نوال ، ٢٠٠٩**) هدفت إلى تأصيل المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وتوعية المؤسسات بأهمية تبنيها نظرا لمساهمتها في تطوير المجتمع ومعالجة مشاكله ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تبني المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية تحقق فوائد عديدة للمجتمع كتقديم السلع الصحية، المحافظة على البيئة ، زيادة ولاء العاملين...الخ ، وللمؤسسة أيضا من خلال خلق العلاقات الجيدة مع المساهمين، المستهلكين، العمال...الخ ، وضرورة الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة كصحة العاملين ، تلوث البيئة....الخ ، أوضحت نتائج الدراسة أن هناك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين ، فمن واجب المؤسسات أخذها بعين الاعتبار لأنها تحقق أهداف العاملين وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالمؤسسة التي يعملون بها ، وتحقق أهداف المؤسسة في ظل المنافسة .

دراسة (**السحيباني ، ٢٠٠٩**) هدفت إلى التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، وتأثيراتها على المجتمع السعودي ، ودورها في محاربة الفقر وتحقيق التنمية في المجتمع السعودي ، وقد أسفرت أهم النتائج إلى ضعف محفزات السوق للمسئولية الاجتماعية للشركات ، لغياب واضح لآليات واستراتيجيات المسئولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات التي تشارك في مجال المسئولية الاجتماعية ، والاهتمام المتأخر للشركات السعودية بالمسئولية الاجتماعية ، ومحدودية الأنشطة التي تمارسها في مجال خدمة المجتمع ، وتركيزها على مجالات محددة ، وعدم نشر وسائل الإعلام للمساهمات التي تقوم بها الشركات السعودية في مجال المسئولية الاجتماعية أدى إلى إعطاء انطباع داخل المجتمع السعودي بأنها لا تقوم بدورها في هذا المجال.

دراسة (**سعيد والباوي ، ٢٠١٠**) ، هدفت إلى بحث دور أبعاد استراتيجية المسئولية الاجتماعية في الأداء الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدم معنوية تأثير الأعمال الخيرية كأحد مكونات البعد الاجتماعي لاستراتيجية المسئولية الاجتماعية الشاملة في الأداء الاجتماعي على الرغم من أن جميع مكونات البعد الاجتماعي لاستراتيجية المسئولية الاجتماعية الشاملة كان لها ارتباط وتأثير

واضحين في الأداء الاجتماعي ، كما أظهرت النتائج تأثير واضحاً لمكونات البعد الاقتصادي في الأداء الاجتماعي لاستراتيجية المسئولية الاجتماعية الشاملة ، واشارت نتائج انحدار الأداء (الاستراتيجي ، الاقتصادي ، الاجتماعي) على استراتيجية المسئولية الاجتماعية الشاملة إلى تأثير واضح وقوي للاستراتيجية بأبعادها ومكوناتها في مجمل الأداء المترتب عليها مما يدل على أهميتها المسئولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الأداء الاجتماعي والأداء الاقتصادي للشركة ومساهمتها في تعزيز وإدامة الميزة التنافسية المستدامة .

دراسة (**ناجي** ، ٢٠١١) تهدف الدراسة الى قياس إدراك المستهلك العراقي لمفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات، والاهمية التي يوليها لكل جانب من جوانبها : الاقتصادية ، والقانونية ، والاخلاقية ، والخيرية ، أضافة الى تحديد الارتباط بين نوع المسئولية الاجتماعية التي تلتزم بها الشركات وبين أستعداد المستهلك للاستجابة لها ، وقد أظهرت النتائج توفر الإدراك لدى المستهلك العراقي بالمسئولية الاجتماعية للشركات مع ميل أكبر للأهتمام بالجوانب القانونية و الاخلاقية منها ، وبدرجة أقل بالجوانب الاقتصادية والخيرية ، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية بين إلتزام الشركات بالمسئولية القانونية ، وبالمسئولية الاخلاقية وبين أستعداد المستهلك للاستجابة لها ، بينما لم يظهر أرتباط بين إلتزام الشركات بكل من المسئولية الاقتصادية والمسئولية الخيرية وبين أستعداد المستهلك للاستجابة مع وجود أثر معنوي لمتغير المستوى الثقافي للمستهلك في تحديد أستجابته دون المتغيرات الديمغرافية الاخرى.

دراسة (**سكاك** ، ٢٠١١) هدفت إلى عرض نظري موجزة لتطوير مفهوم المسئولية الاجتماعية وخصائصها ، والتعرف على مدى تدقيق مفهوم المسئولية الاجتماعية للمؤسسات في الجزائر ، ومدى تطبيق منهج التدقيق الاجتماعي في عمليات التاخي الاستراتيجي ، للاستفادة من المزايا التي يقدمها في عمليات تكامل ودمج الأهداف الاجتماعية ضمن إستراتيجية المؤسسة ، تحديد تطوير مفهوم التدقيق الاجتماعي ودوره في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى : اهتمام المؤسساتب المسئولية الاجتماعية وبالأطراف ذات المصالح ، وأن المسئولية الاجتماعية للمؤسسات تلعب دورا مهما في الإدارة الإستراتجية للمؤسسات والتدقيق في هذا المجال يساعد في تكامل وتنسيق الخطة.

دراسة (**دادان و بشير** ، ٢٠١٢) سعت إلى توضيح مفهوم المسئولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات وبعض الجذور التاريخية والاتجاهات الحديثة وأنماط المسئولية الاجتماعية والبيئية، مع التطرق إلى كيفية قياس الأداء الاجتماعي والبيئي ، وقد أشارت الدراسة إلى أن الاهتمامات البيئية والاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة هي جزء لا يتجزأ من ممارسات وتطبيقات المسئولية الاجتماعية في الشركات ، إذ أنه نتيجة لأهمية المسئولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة ظهرت بعض المحاولات لصياغة مواثيق ومعايير تحدد مواصفاتها الأخلاقية والاجتماعية على ضوء مبادئ حقوق الإنسان الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمواثيق الدولية الأخرى .

دمج الاهتمامات البيئية يكون من خلال المسئولية الاجتماعية عن طريق وضع مجموعة من

الأنشطة البيئية وكذا نشر الثقافة البيئية لدى الموظفين والعاملين في المؤسسة عبر التواصل مع الجهات الرسمية والجمعيات المتخصصة من أجل رصد عملياتها وموائمتها مع الشروط البيئية بعد الحصول على الشهادات البيئية العالمية ، فحث المنظمات على تبني المسئولية الاجتماعية يقودها إلى تحقيق التزامها تجاه البيئة ودعم نظم الإدارة البيئية لديها في حدود إمكاناتها ونطاق مسؤولياتها مما ينعكس إيجابيا على تنافسية هذه المؤسسات.

دراسة (**الزريقات ، ٢٠١٢**) هدفت إلى التعرف على أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الأردنية ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها : أن تصورات العاملين في المصارف التجارية الأردنية لأبعاد التوجه الاستراتيجي ذات مستوى مرتفع ، وأن تصوراتهم للمسئولية الاجتماعية ذات مستوى متوسط ، كما تبين وجود أثر لأبعاد التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية ، وأن أبعاد التوجه الاستراتيجي تفسر ما مقداره (٦٣ %) من التباين في تحقيق المسئولية الاجتماعية.

دراسة (**حسين و الجميل ، ٢٠١٢**) هدفت إلى دراسة العلاقة بين ابعاد المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين وبين اخلاقيات العمل ، وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية : ان اغلب فئات عينة البحث متفقون على اهمية ابعاد المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين في المستشفيات ، وضرورة توفيرها ، كما اظهرت نتائج الدراسة ان الغالبية العظمى متفقون على اهمية اخلاقيات العمل ، كما تبين ان هناك فروق معنوية لإجابات المبحوثين من الاطباء والفنيين العاملين في المستشفيات في حين لم تظهر فروق معنوية لدى الاداريين وكان اهم متغير متميز لدى الاطباء هو ضرورة تقديم خدمات صحية للأفراد العاملين في المستشفيات مقارنة مع الخدمات الاخرى ، اما العامل المتميز ذو الاهمية بالنسبة للفنيين هو ضرورة المزيد من اهتمام المدراء والمشرفون في المستشفيات وحثهم على المزيد من العمل .

دراسة (**مخلوفي ، ٢٠١٢**) هدفت إلى إلقاء الضوء على الدور الذي تلعبه معايير المسئولية الاجتماعية في توجيه وضبط نشاط الشركات متعددة الجنسيات بما يخدم مصلحة المجتمع والدول المضيفة لها ، مع الأخذ في الاعتبار للبعدين الاجتماعي والبيئي كأهم محددات لنشاطاتها في هذه الدول، كما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مفهوم المسئولية الاجتماعية وأبعادها ومدى ضرورة تبني مفهومها في الشركات ، ومعرفة الأسباب والدوافع الداعية لتزايد الاهتمام المسئولية الاجتماعية وفرص إقامتها ، وأشار إلى أن أهم الموضوعات التي بدأت تركز عليها الإدارة المالية الدولية هي موضوع العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر ممثلا بالشركة متعددة الجنسيات والشركات التابعة لها والمجتمع المضيف لها ، حيث أصبحت المسئولية الاجتماعية الاتجاه السائد بين الشركات ، إلا أن عددا قليلا من الشركات يمارسها بصورة جيدة ، ولقد تطور الهدف الاجتماعي الذي تهدف إليه الشركات متعددة الجنسيات ، وباتت تشكل أحد أهم القضايا والمحاور في قبول الاستثمار الأجنبي ورفضه خاصة من خلال ما دأبت بعض المنظمات ومنها المنظمة الدولية للتقييس من إرساء لمفاهيم المسئولية الاجتماعية عن طريق إصدار مواصافات

الايزو ٢٦٠٠٠ كآلية تسترشد بها المنظمات لتبني مسئوليتها الاجتماعية.

دراسة (**راشي ، ٢٠١٣**) هدفت إلى تبيان الفوائد التي تجنيها منظمة الأعمال جراء تبنيها لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، والتي من شأنها أن تساعد على دعم ريادتها وتنافسيتها بشكل جيد وفعال ، وأشار إلى أن المسئولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال حقيقة نظرية ، ولا تزال تتعاظم وتمتد إلى مجالات كثيرة منها السياسية والاقتصادية والقانونية والبيئية والاجتماعية ، إن تعاظم تأثير الإعلام وازدياد تدفق المعلومات وسهولة الحصول عليها في الوقت الحاضر ، فإن المستهلكين باتوا أقدر على تمييز منظمات الاعمال ذات السمعة الجيدة في مجال المسئولية الاجتماعية، وهو ما يعني أن منظمات الاعمال ذات الاسم التجاري الجذاب بفعل السياسات والسلوكيات المستجيبة اجتماعياً وبيئياً تستفيد من سمعتها الحسنة من أجل تنمية مبيعاتها وخلق التزام أقوى لدى الزبائن بسلعها وخدماتها ، كذلك أثبتت معظم الدراسات أن منظمات الاعمال إذا ما تبنت مقاربة المسئولية الاجتماعية ستساهم في تحقيق رفاهية المجتمع ، وسيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية ، كما أن ذلك سينمي درجة الرضا لدى الأفراد العاملين لديها ، وتحسين العلاقة مع أصحاب المصالح والاستماع لآراءهم ، وبالتالي تحقيق الريادة وتدعيم تنافسيتها التي من شأنها أن تعزز وتضمن لها البقاء والاستمرارية.

دراسة (**الأسرج ، ٢٠١٤**) هدفت إلى بيان المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية ، ومن أبرز النتائج : لا يوجد تعريف واحد متفق عليه للمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص ، ويزداد الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص فى المملكة واصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلي شركاء فى التنمية المستدامة ، وأن تحمل الشركات لمسئولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلى والشركات معا ، والتى تتمثل فى تقديم سلع و منتجات صحية للمجتمع والمحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث ، وزيادة ولاء الموظفين وتمتع الشركة بالمصداقية ، وخلق علاقات جيدة مع المساهمين وغيرهم من أصحاب المصالح ، كما أشار إلى إنه لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع فى المملكة العربية بمفهوم المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليته وكيفية بلورته والإفادة منه.

دراسة (**Huang & Zhao , 2016**) بعنوان" The influence of political connection on corporate social responsibility — evidence from Listed private com-panies in China " وقد هدفت تلك الدراسة إلى بيان أثر الاتصال السياسي بالحكومة في تصور مديري أصحاب المصلحة تجاه الأهمية النسبية للمسئولية الاجتماعية ومتطلباتها " ويقصد بالاتصال السياسي عندما تكون تلك الشركات لديها علاقات وثيقة مع الحكومة (**Faccio, et. Al, 2006**) ، مما يساعدها على تلقى دعم في مجالات الائتمان ، والأولوية في الحصول على المناقصات ، وإسناد المشروعات ، ..... وغيرها " ، وقد أظهرت النتائج ما يلي : (١) أن الاتصال السياسي له تأثير إيجابي لشركات القطاع الخاص تجاه المسئولية الاجتماعية . (٢) الشركة التي لديها اتصال سياسي تكون أفضل بكثير في أداء

المسئولية الموجهة نحو العملاء والمجتمع من تلك التي دون اتصال سياسي. (٣) الاتصال السياسي له تأثير سلبي على الشركات المساهمة في المسئولية الاجتماعية الموجهة للحكومة والموظف.

وقد أشارت إلى أن الشركات الخاصة الصينية في السنوات الأخيرة قد تحسنت كثيرا في أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ، وخاصة في المجالات الخيرية . ومع ذلك فأن وعي الشركات الخاصة لأداء المسئولية الاجتماعية لا يزال لديها تفاوت كبير مقارنةً مع الشركات المملوكة للدولة ، ويرجع ذلك إلى أن سياسة الشركات الخاصة تجاه مفهوم أداء المسؤولية الاجتماعية تفتقر إلى المنهجية والإرادة، ولا تمتلك فريق إدارة ثابت يعالج المسئولية الاجتماعية ، مما يفسر هذا التناقض بينهما .

المحور الثاني : المواطنة

تناول (**وطفة ، ٢٠٠٣**) في دراسته أبعاد وأولويات الانتماء في المجتمع الكويتي المعاصر، وتحديد نسق الانتماءات الاجتماعية السائدة فيه ، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (١٠٠٣) مثقفاً ومثقفةً من طلاب الجامعة وموظفين ومعلمين، وبلغت نسبة الذكور ٢٩ % من عينة الدراسة ، فيما بلغت نسبة الإناث٦١ % ، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدين يشغل المرتبة الأولى من سلم الولاء بالنسبة للنسق الاجتماعية السائدة ، فيما جاء كل من : الوطن، والقبيلة، والطائفة ، وبناء الأمة في المراتب التالية على الترتيب .

فيما هدفت **دراسة (الشريدة ، ٢٠٠٥)** إلى تقديم صورة متزنة لمفهوم الوطنية وممارسة المواطنة اجتماعياً كما يهدف إلى مناقشة أهم الاشتراطات الاجتماعية لتحقيق هذا المعني ، وأسفرت نتائج الدراسة إلى : لا يمكن استثناء أي مؤسسة رسمية كانت أو غيررسمية من تعميق وتربية معنى الوطنية ، لكن أدوار هذه المؤسسات تختلف من حيث الوظيفة والأهمية التي تؤديها نظراً لطبيعة المسؤولية التي تمارسها هذا من جهة ، ومن جهة أخرى فإن ممارسة المواطنة وتنميتها لا يمكن أن يكتب لها الدوام والاستمرار مالم يكن هناك تكامل وتضافر وتنسيق بين جهات المجتمع المختلفة .

وهدفت دراسة (**العصفور ، ٢٠٠٩**) إلى التعرف على أراء المواطنين الكويتيين حول العوامل التي تزيد من الإحساس والشعور بالمواطنة، وقد أظهرت الدراسة أن هناك فروق بين الذكور والإناث في أربعة أبعاد هي بعد العادات والتقاليد ، البعد المعرفي ، وبعد المهارات ، والبعد الاجتماعي ، وبعد المساواة وتكافؤ الفرص ، وكانت الفروق لصالح الإناث في جميع الأبعاد ، بينما لم تظهر الدراسة وجود فروق في بقية الأبعاد الأخرى كالبعد الديني، والقيمي، والوطني والتربوي كما أظهرت الدراسة وجود فروق بين مجموعات الطلاب ، الخريجين ، والموظفين في بعدين هما البعد القيمي والبعد الاجتماعي وذلك بين الطلبة الخريجين والجامعيين، وقد أوصت الدراسة بإجراء مزيداً من الدراسات في هذا المجال .

دراسة (**كاظم ، ٢٠٠٩**) هدفت إلى بيان أسس العلاقة بين المواطنة والهوية وتأثير تشتت الهوية على المواطنة ، وبيان العلاقة بين العولمة والهوية وأثرها في الهوية الثقافية والدينية للمجتمعات الإنسانية ومن ثم تأثيرها في الخصوصية المجتمعية

، وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية : (١) لا غنى للمجتمعات الإنسانية عن المواطنة بوصفها هوية جماعية ينضوي تحت لوائها جميع افراد المجتمع ومن ثم ضمان التماسك الاجتماعي للمجتمع الأمر الذي يعني استمراريته ، (٢) إن التمسك بالهوية الجماعية أو المجتمعية (المواطنة) هو واحد من اهم العوامل التي تسهم اسهاما مباشرا في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمعات الإنسانية جميعها ، وان الهوية الاجتماعية (الخصوصية المجتمعية) هي صورة من الانتماء الفرعي الذي يشكل الهوية الفرعية التي لا غنى لأفراد المجتمع عنها ، (٣) إن العولمة تسعى الى خلق نمط من المواطنة العالمية التي يكون قوامها الترابط المصيري بين ابناء الجنس البشري الذين يعيشون في مجتمع واحد .

(**محارب** ، ٢٠١٠) أوضح في دراسته أن دول مجلس التعاون الخليجي تعتبر من الدول حديثة النشأة ، فمازالت هذه الدول تسعى لاستكمال بنيتها الاجتماعية والسياسية مستفيدة من التطور الذي يلف العالم ، ومستفيدة كذلك من إمكانياتها المادية والبشرية ، ومع المتغيرات الجديدة التي حدثت خلال العقود الأخيرة شهدت مجتمعات الخليج تحولات واسعة على المستوى الاجتماعي والثقافي والسياسي ، ودخلت مفاهيم وقيم لم يعرفها المجتمع من قبل .

ويخلص البحث إلى ضرورة تعزيز المواطنة من خلال وسائل التأثير والتربية والإعلام والاهتمام بالمواطنة في مناهج التعليم ، ومواجهة المشكلات الاجتماعية كالقبلية والطائفية ، وتحقيق المواطنة من خلال المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات ، واحترام حقوق الإنسان وحرية التفكير والتعبير وترسيخ روح الانتماء الوطني ، وأهمية التوعية بأن مفهوم المواطنة لا يعني العزلة أو الاستعلاء عن الآخرين ، وإنما هو الدائرة الأولى في مكونات الهوية الإنسانية ، التي تشمل الانتماء الديني و القومي والإنساني .

دراسة (**الزير و المقبل ، ١٤٣٦ هـ**) هدفت إلى التعرف على واقع المتطوعين السعوديين الشباب وخصائصهم الاجتماعية والديموغرافية ، وكذلك على قيم المواطنة لدى المتطوعين " تقبل الاختلاف (الأخر) ، المشاركة المجتمعية ، الانتماء ، تحمل المسئولية " ، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها أن **دوافع المتطوعين للانخراط في العمل التطوعي يرجع إلى** " الرغبة في تنمية الخبرات والمهارات ، تنمية المجتمع ، الرغبة في نيل الأجر والثواب ، شغل وقت الفراغ ، التعرف على الآخرين " على الترتيب ، وأن **قيم المواطنة** راسخة لدى المتطوعين إي ليس لديهم تحفظ على العمل مع شخص بناءً على اختلاف الخلفيات الثقافية أو الدينية أو غيرها ، مما يعزز مبدأ العمل من أجل الجماعة وتحقيق الهدف لا بالنظر إلى الاختلافات الفردية ، وأن العمل التطوعي يساهم في الانفتاح على الآخر وتقبله وهو أحد أهم مبادئ المواطنة ، وأن للعمل التطوعي أثر بارز على وحدة المجتمع وتماسكه ، وأنه وسيلة للمشاركة المجتمعية ، كما أن هناك علاقة بين العمل التطوعي والإحساس بالمسئولية الاجتماعية .

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابق ذكرها في المحور الأول الذي تناول **المسئولية الاجتماعية** " **المفهوم والأبعاد والأثار** " يمكن الإشارة إلى لما يلي :

تطرقت بعض الدراسات والبحوث إلى رصد تطور المسئولية الاجتماعية للشركات ومفاهيم عناصرها المختلفة كدراسة "Lantos, 2001" ، وتطرق البعض الأخر إلى التعرف على نظرة المدراء تجاه المسئولية الاجتماعية ومدى مساهمة منظماتهم في مجالاتها وأنشطتها المتعددة كدراسة كل من "**حريم والساعد ، ٢٠٠٥**" و"**الحمدي وجعبل ، ٢٠٠٩**" ، وتطرقت دراسة كل من "**الحوري وآخرون ، ٢٠٠٨**" إلى مدى إدراك المنظمات لمفهوم المسئولية الاجتماعية وأبعادها ، فيما كشفت دراسة "**تمكن ، ٢٠٠٧**" عن مدى الالتباس في إدراك المنظمات لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، فيما تطرقت دراسة "**ناجي ، ٢٠١١**" إلى قياس مدى إدراك المستهلك لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، ويرى الباحثون أن إدراك المنظمة لفلسفة المسئولية الاجتماعية يلعب دوراً كبيراً في أداء دوراً فاعلاً في تحقيق مستويات متميزة في مجالات المسئولية الاجتماعية تجاه كافة الاطراف المستفيدة منها.

وقد تطرقت بعض الدراسات والبحوث الأخرى إلى الجوانب والأبعاد المختلفة للمسئولية الاجتماعية واثارها كدراسة كل من : "Ghoshal, 2006" ، "**نوال ، ٢٠٠٩**" ، "**سعيد والباوي ، ٢٠١٠**" ، "**سكاك ، ٢٠١١**" ، "**دادان وبشر ، ٢٠١٢**" ، "**خلف ، ٢٠١٢**" ، "**راشي ، ٢٠١٣**" ، كما تطرقت دراسة "**حسين والجميل ، ٢٠١٢**" إلى دراسة العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين واخلاقيات العمل ، فيما تطرقت دراسة "**مخلوفي ، ٢٠١٢**" الدور التي تؤديه معايير المسئولية الاجتماعية وضبط نشاط الشركات المتعددة الجنسيات ، فيما تطرقت بعض الدراسات لدور القطاع الخاص في مجال تنمية المجتمع المحلي من خلال الاطلاع بمسئولياتها الاجتماعية كدراسة كل من "**السحيباني ، ٢٠٠٩**" ، "**الأسرج ، ٢٠١٤**" ، كما تطرقت دراسة دراسة **(Huang & Zhao , 2016)** إلى بيان أثر الاتصال السياسي للشركات بالحكومة في تصور مديري أصحاب المصلحة تجاه الأهمية النسبية للمسئولية الاجتماعية ومتطلباتها .

ومن خلال استعراض الدراسات السابق ذكرها في المحور الثاني الذي تناول **مفهوم المواطنة وأبعادها والأثار** المترتبة علها يمكن الإشارة إلى ما يلي : (١) تطرقت دراسة "**وطفة ، ٢٠٠٣**" أبعاد وأولويات الانتماء في المجتمع المعاصر وتحديد نسق الإنتماءات الاجتماعية السائدة ، كما تطرقت دراسة "**الشريدة ، ٢٠٠٥**" إلى تحديد المؤسسات المنوط بها تنمية معنى الوطنية والدور في تعزيز روح الوطنية ، (٢) تطرقت دراسة "**العصفور ، ٢٠٠٩**" إلى التعرف على آراء المواطنين الكويتيين تجاه العوامل التي تزيد من الإحساس والشعور بالوطنية ، فيما تطرقت دراسة "**كاظم ، ٢٠٠٩**" إلى بيان العلاقة بين المواطنة والهوية ، وتأثير العولمة على الهوية وخصوصية المجتمع ، فيما تطرقت دراسة "**حارب ، ٢٠١٠**" إلى رصد المواطنة في المجتمعات الخليجية ، ودراسة **(الزير و المقبل ، ١٤٣٦ هـ)** تناولت واقع المتطوعين السعوديين الشباب وقيم المواطنة لدى المتطوعين .

تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال الحصول على معلومات ساهمت في بناء أداة الدراسة ، كما يجدر الإشارة إلى أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة في حدها (

المكاني ، الموضوعي) حيث تسعى الدراسة الحالية إلى رصد مدى إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق مجالات المسئولية الاجتماعية ، وبيان طبيعة العلاقة وأثرها بين أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لأنشطة المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة لدى المساهمين ، مما يشكل اختلافاً جوهرياً عما سعت إليه الدراسات السابقة .

مشكلة الدراسة

نظراً لأهمية الدور الذي يجب أن تؤديه الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في تحقيق التنمية الاقتصادية والحياة الأفضل للمجتمع بفئاته المختلفة ، لذا وجب على إدارات مجالس تلك الجمعيات أن تتبارى في تطبيق أفكار وآليات تساعد على فاعلية دورها في مجال أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية ، وفي واقع الأمر يمكن القول إنه لازال هناك غموض وعدم وجود دراية كافية من جانب مجالس إدارات الجمعيات التعاونية الإستهلاكية في إدراك مفهوم المسئولية الاجتماعية بصورة صحيحة ، وأبعادها ومدى تطورها ، ومدي تأثير ذلك في تأصيل قيم المواطنة لدى المساهمين ، ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة ، ويمكن صياغة اسئلة الدراسة على النحو التالي :

السؤال الأول: ما هو مستوى إدراك المساهمين لدور الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في مجالات المسئولية الاجتماعية " البعد الاقتصادي ، البعد الاخلاقي ، البعد الإنساني ، البعد الاجتماعي ، البعد القانوني " ؟

السؤال الثاني: هل يتباين إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في مجالات المسئولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية ؟

السؤال الثالث: هل توجد علاقة بين وسيلة تواصل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مع المساهمين وإدراكهم لدورها في مجالات المسئولية الاجتماعية؟

السؤال الرابع: هل توجد علاقة بين إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في مجالات المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة ؟

السؤال الخامس: هل يوجد أثر لأبعاد المسئولية الاجتماعية في تأصيل قيم المواطنة (الانتماء ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر ، الإلتزام بالواجبات ، المشاركة المجتمعية) ؟

أهمية وأهداف الدراسة

أن المسئولية الاجتماعية في عالمنا المعاصر تعد حجر الزاوية وأداة للتخفيف من حدة التقلبات الاقتصادية ، ومطلبًا أساسيًّا لتحقيق التنمية المجتمعية من خلال الإلتزام بتوفير البيئة المناسبة ، وعدم تبديد الموارد ، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية ، ومساندة الفئات الأكثر احتياجًا ، لذا يكتسب الدور الاجتماعي للجمعيات التعاونية الاستهلاكية أهمية متزايدة ، لذا من الضروري أن تسعى مجالس إداراتها إلى تبني برامج فعالة لأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية، آخذه في الاعتبار حاجات وطموحات أعضاءها من المساهمين ، وتستمد تلك الدراسة أهميتها أيضاً من خلال عرض أبعاد المسئولية الاجتماعية ، وأهمية دور التعاونيات في بناء مجتمع متماسك يعمق قيم المواطنة ، كما تساهم في إغناء المكتبة العربية بموضوع جديد يحظى باهتمام الباحثين ، لذا في

ضوء المشكلة البحثية وأهمية البحث يمكن بلورة الأهداف التالية :

١. توضيح مفهوم المسئولية الاجتماعية وأهميتها وأبعادها.
٢. رصد مستوى أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في مجالات المسئولية الاجتماعية.
٣. نشر الوعي بأهمية أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية بين العاملين في القطاع التعاوني ، وأفراد المجتمع على حد سواء .
٤. التعرف على العلاقة بين وسيلة تواصل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مع المساهمين ومدى إدراكهم لدورها في مجالات المسئولية الاجتماعية.
٥. التعرف على علاقة الارتباط والأثر بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة.
٦. التوصل إلى عدد من النتائج والتوصيات التي تساهم في حث الجمعيات التعاونية الاستهلاكية على تبني أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية تجاه مختلف الفئات المستفيدة .

فروض الدراسة

١. **تباين متوسطات مستوى إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية .**
٢. **تباين إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية** يعزي للمتغيرات " النوع ، الفئة العمرية ، المؤهل الدراسي ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة "
٣. **توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وتأصيل قيم المواطنة مجتمعة** ، وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية :

أ. توجد علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم الانتماء .
ب. توجد علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم حرية التعبير وتقبل الآخر .
ج. توجد علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم الإلتزام بالواجبات.
د. توجد علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم المشاركة الاجتماعية .

٤. **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة على تأصيل قيم المواطنة** ، وتنبثق عنه الفرضيات الفرعية التالية :

أ. يؤثر بعد المسئولية الاقتصادية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة .
ب. ؤثر بعد المسئولية الأخلاقية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة.
ج. يؤثر بعد المسئولية الانسانية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة .
د. يؤثر بعد المسئولية الاجتماعية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة.
هـ. يؤثر بعد المسئولية القانونية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة.

دور الجمعيات التعاونية الاستهلاكية

أن جوهر الفكر التعاوني يرى أن المسئولية الاجتماعية لم تعد عملاً تطوعياً لمساعدة المجتمع ، بل أصبحت أمراً جوهرياً لنجاح التعاونيات في أداء دورها من خلال ما تقدمه لأفراد المجتمع من خدمات في مجالات مختلفة " الخيرية ، الثقافية ، العلمية، الصحية ، البيئية ، والاجتماعية " انطلاقاً من مبدأ التكافل الاجتماعي ، إن زيادة أهتمام التعاونيات بأداء أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية يعد أحد معايير فاعلية أداء مجالس إدارات تلك التعاونيات .

تعتبر الجمعيات التعاونية أحدى المؤسسات التنموية في دولة الكويت ، وهي جزء لا يتجزأ من المجتمع وتساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ولها دور ملموس في تنمية المجتمع بما تقدمه من خدمات متنوعة لرفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد المجتمع ، كما أنها تعمل على تجميع القدرات والإمكانيات وتوجيهها نحو دعم الاقتصاد الوطني .

تهدف الجمعيات التعاونية إلى تحقيق نوع من التوازن الاجتماعي والاقتصادي وتحقيق العدالة والحماية للفئات ذات الموارد المحدودة ، كما تهدف إلى توفر مناخاً لممارسة الديمقراطية ، والعمل التطوعي والمشاركة الجماعية في اتخاذ القرارات، والقضاء على الاحتكار والغلاء والاستغلال التجاري بتوفيرها السلع والخدمات الضرورية بأسعار مناسبة وجودة عالية .

مما لا شك فيه أن أهداف الحركة التعاونية لم يقتصر دورها على توفير السلع والخدمات بأسعار تنافسية فحسب ، بل يتعدى ذلك إلى أداء الانشطة الاجتماعية ، حيث خصص قانون التعاون **٢٥ %** من صافي الارباح للنهوض اجتماعيا بأحوال منطقة عمل الجمعية وخدمة المساهمين ، هذا فضلا عما تقدمه من مساهمة في انشاء المشاريع التنموية في البلاد لتخفيف الاعباء عن الدولة ، وتعتبر الجمعيات التعاونية الاستهلاكية منظمات اهلية شعبية ديمقراطية تقوم بالاختيار التطوعي للمساهمين لها بهدف تحسين مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالي هي جزءً من الحركة العامة للمجتمع الذي تنتمي اليه تتأثر به وتؤثر فيه ، كما يلقى على عاتقها تأصيل قيم المواطنة بين أفراد المجتمع .

المسئولية الاجتماعية (المفهوم ، الأهمية، الأبعاد)

اقترن مفهوم المسئولية الاجتماعية منذ ثلاثينيات القرن الماضي بالمشروعات الصناعية في الولايات المتحدة الأمريكية ، وما صاحب ذلك من إحداث تغيرات وآثار اجتماعية سلبية لأفراد المجتمع ، كما أن التغيرات التي حدثت في عالم الصناعة سواء في وسائل الإنتاج ، أو تضخم المشروعات واتساعها وتنامي أسواقها ، أو الاحتكار وقوة المنافسة ، أو زيادة معدلات الاستهلاك ، قد ألقت بظلالها على ضرورة الاهتمام بأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية .

أصبح مفهوم المسئولية الإجتماعية يكتسب زخماً واهتماماً كبيراً في عالم منظمات الاعمال والناتج عن تركم عدة تطورات جعلت هذا المفهوم يخرج من كونه يعتبر ممارسات طوعية إختيارية في تعملها مع كافة الأطراف ذات العلاقة ، إلى ممارسات إجبارية أصبحت تمثل مصدراً لتحقيق التميز والريادة وزيادة القدرة التنافسية ، تدعم بقاء

المنظمة وتضمن إستمراريتها ، وذلك من خلال ضرورة الإلتزام بمضاعفة الجهودها نحو تبني المسئولية الإجتماعية ، وأن تسعى منظمات الأعمال نحو بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقاً مع الاطراف ذات المصلحة ، لكي تتمكن من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن ، وخاصة تلك المتعلقة بالمنافسة التي أدخلت متطلبات إجتماعية وبيئية في طياتها (**راشي ، ٢٠١٣**) .

المسئولية الاجتماعية كاتجاه ايدلوجياً وكمنهج عملياً يتطلب تنظيماً اجتماعياً سواء على مستوى المجتمع أو مستوى أفراده ، إي أن كل فرد أو منظمة اعتبارية لها حقوق وعليها واجبات ، ومن الضروري تحقيق الموازنة بين الحقوق والواجبات حتى يصبح كل منهما متكيفاً مع المجتمع الذي يعيش فيه انطلاقا من ظاهرة الاعتماد المتبادل بين جميع أطراف المجتمع .

والسؤال الذي يطرح نفسه ماهو مفهوم المسئولية الاجتماعية على وجه التحديد ؟ نجد أن الإجابة على هذا التساؤل قد يكتنفه بعض الصعوبات بالرغم من أن مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات (CSR) استخدام من قبل الشركات على مستوى العالم إلا إنه يبقى الاتفاق على الكيفية التي ينبغي أن تحدد مفهومه بدقة ، كما أن مفهوم المسئولية الاجتماعية بحد ذاته يختلف باختلاف المجتمعات والثقافات السائدة فيه ، وتبعا للجهات المختلفة التي تتعامل وتضطلع في استخدامه بحسب تشريعاتها ومعاييرها ودوافعها ، ولا يزال هناك جدلا بين كل من الأوساط الأكاديمية ، وقطاع الأعمال والمجتمع في تحديد المفهوم وأبعاده المختلفة ، لذا عرف العديد من الكتاب والباحثين وبعض الهيئات الدولية المسئولية الاجتماعية من خلال وجهات نظر متنوعة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

عرفها **مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD,1999)** بأنها " الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم ، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل " .

عرفها **البنك الدولي (World Bank, 2005)** على أنها " التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم والمجتمع المدني والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد" .

وعرفتها **المنظمة الدولية للمعايير (ISO 26000 , 2010)** إلى أنها " مسئولية المنظمة عن إنشطتها وقراراتها على المجتمع والبيئة من خلال سلوك أخلاقي يتسم بالشفافية " .

كما عرفتها **المفوضية الأوربية للمسئولية الاجتماعية للشركات (European Commission, 2014)** " بأنها مسئولية الشركات عن آثارها على المجتمع " .

ونتيجة لتعدد التعريفات التي تناولت مفهوم المسئولية الاجتماعية واختلاف أبعادها ، وعدم وجود إطار يمكن لمنظمات الأعمال المختلفة الاسترشاد به في وضع برامجها المرتبطة بالمسئولية الاجتماعية وتحقق التوافق والموائمة بين محتلف الأطراف ، فقد أشارت المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس **(ISO)** إلى أن مفهوم المسئولية

الاجتماعية للشركات **(CSR)** يمكن تحديده في سبعة مبادئ أساسية مستمدة من تلك التعريفات التي تناولها العديد من الكتاب والباحثين وهي " الحوكمة التنظيمية ، إشراك المجتمع المحلي في التنمية ، حقوق الانسان ، ممارسات العمل ، البيئة ، ممارسات التشغيل العادلة ، قضايا المستهلك ، وأن تلك المبادئ تعد مؤشراً لمنظمات الأعمال سواء خاصة أو عامة وفي مختلف المجتمعات لوضع برامج المسئولية الاجتماعية التي تساهم في التنمية المستدامة ، وتساهم في تحسين العمليات الانتاجية ، والامتثال للقانون المعمول به.

ومن استعراض تلك التعريفات السابقة يمكن القول أن الشركات لديها تأثير عميق وإيجابي على المجتمع من خلال ما توفيره من فرص عمل، واستثمار لرأس المال ، وشراء السلع ، وممارسة الأعمال التجارية ، والمساهمة في تحقيق اقتصاد مزدهر المجتمع **(Porter & Kramer, 2006)** ، وأن المسئولية الاجتماعية قد تطورت بقدر كبير في الأونة الأخيرة وأصبحت نهج يطبق على نطاق واسع ، ومنهج يهدف إلى تشجيع الشركات إياً كان نشاطها على أن تكون أكثر وعياً من تأثير ممارسات أعمالها وأنشطتها علي المجتمع والبيئة المحيطة بهم .

أهمية المسئولية الاجتماعية: تنطوي المسئولية الاجتماعية على فوائد كثيرة يمكن تحقيقها من خلال الانخراط في أنشطتها وبرامجها على سبيل المثال : زيادة الارباح ، زيادة مستويات العمل التطوعي ، الإيجابية في بيئة العمل ، خفض التكاليف ، تكوين صورة إيجابية لدى أفراد المجتمع **(البكري ، ٢٠٠١)** ، واكتساب قدرة تنافسية تساعد على النمو والبقاء ، وخلق قيمة تنظيمية ، يؤدي الإلتزام بالمسئولية الإجتماعية أيضاً إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء خدماتها " الصحية ، والتعليمية ، والثقافية ، والإجتماعية " ، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة **(الغالبي والعامري،٢٠٠٥)**، وزيادة التكافل الإجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع ، وزيادة العدالة الإجتماعية ، تقليل نسبة التلوث البيئي والمؤثرة على صحة ورفاهية المجتمع ، وتحسين نوعية حياة أفراد المجتمع ، ، وتحسين التنمية من خلال زيادة الوعي والمسائلة بما يساهم في الإستقرار السياسي ، وتقليل الفساد المالي والإداري والسياسي، نتيجةً لإرتباط المسئولية الإجتماعية بمفاهيم الشفافية **(الغالبي ، ٢٠٠٩)**.

وأشارت الدراسات إلى أن المنظمات الغير ربحية تحقق أيضاً فوائد إيجابية كزيادة قيمة التبرعات التي تحصل عليها من جهات متعددة ، زيادة تحديد الهوية ، خلق تصورات ايجابية لدى أفراد المجتمع **(Lichtenstein et al., 2004)** ، فضلاً عن زيادة مستوى دعم السلوكيات مثل العمل التطوعي والمشاركة الإيجابية **(Bhattacharya & Sen, 2004**، والقدرة على التأثير على الجوانب السياسية **(Ferris, 1998)** ، اذن المسئولية المجتمعية للمؤسسات ليست برنامج إنساني أو اجتماعي، وإنما هو منهج اداري يعتبر بمثابة جزء لا يتجزأ من استراتيجية المؤسسة **(عماد ، ٢٠١٦)** .

أبعاد المسئولية الاجتماعية للشركات

توافق العديد من الباحثين على أن منظمات الأعمال تمارس عددا من أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية والتي يمكن حصرها في تصنيفين هما: الأخلاقية ، والإنسانية ، وتعتبر المسئولية الأخلاقية

مسئولية إلزامية تتعدى في كونها الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية وهي ما يطلق عليها أبعاد المسئولية الاجتماعية (**الحوراني وآخرون** ، ٢٠٠٨).

تبنى الكتاب والباحثين وجهات نظر متنوعة ومختلفة تجاه تحديد إطار عام للأبعاد التي يجب أن تتبناها الشركات في مجال أنشطة المسئولية الاجتماعية ، فقد حددها **(Pride & Ferrell, 1997)** في أربعة أبعاد رئيسية " الأخلاقية ، الإنسانية ، القانونية ، الاقتصادية " ، إستناداً إلى هرم **(Carroll, 1991)** في طرحه لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، كما حدد كل من (**Plazzi & Starcher , 2001**) أبعاد المسؤولية الاجتماعية بستة أبعاد أساسية تمثلت في " المستهلكون ، العاملون ، شركاء العمل ، البيئة ، المجتمعات المحلية ، المستثمرين " ، كما أشار تبنى الكتاب والباحثين وجهات نظر متنوعة ومختلفة تجاه تحديد إطار عام للأبعاد التي يجب أن تتبناها الشركات في مجال أنشطة المسئولية الاجتماعية ، فقد حددها **(Pride & Ferrell, 1997)** في أربعة أبعاد رئيسية " الأخلاقية ، الإنسانية ، القانونية ، الاقتصادية " ، إستناداً إلى هرم **(Carroll, 1991)** في طرحه لمفهوم المسئولية الاجتماعية ، كما حدد كل من **(Plazzi & Starcher , 2001)** أبعاد المسؤولية الاجتماعية بستة أبعاد أساسية تمثلت في " المستهلكون ، العاملون ، شركاء العمل ، البيئة ، المجتمعات المحلية ، المستثمرين " ، كما أشار **(Dahlsrud, 2006)** إلى أن المسئولية الاجتماعية يمكن تحديدها في خمسة أبعاد أساسية هي : البعد البيئي، البعد الاجتماعي ، البعد الاقتصادي ، بعد أصحاب المصلحة ، البعد التطوعي ، فيما حددها **(Chandler & Werther, 2014)** في عدة مجالات هي " الاخلاقية ، والتنوع ، البيئة والاستدامة ، والعمل الخيري " .

هناك تقارباً كبيراً بين الكتاب والباحثين في تحديدهم لأبعاد المسئولية الاجتماعية للشركات التي تشكل فلسفة مفهومها ، وعليه حددت ثلاثة مسئوليات أساسية لها تعبر عن أبعادها هي: (١) **مسئولية تجاه المالكين ولحملة الأسهم** ، (٢) **مسئولية تجاه أصحاب المصالح** التي تركز على ضرورة الإهتمام بتلبية أهداف الأطراف ذات المصلحة من مستهليكن وعاملين ومجهزين وموزعين...وغيرهم ، (٣) **مسئولية تجاه المجتمع والبيئة** بشكل عام ، وعليه فالمسئولية الإجتماعية تحمل في مضمونها بعدين : الأول " **البعد الداخلي** " يركز على الأداء الإجتماعي تجاه العاملين ومن هم داخل المنظمة، أما الثاني " **البعد الخارجي** " يركز على الدور الإجتماعي والمبادرات التي تتبناها المنمظمة تجاه المجتمع والبيئة الخارجية ككل (**راشي** ، ٢٠١٣) .

شكل رقم (١) هرم المسئولية الاجتماعية ل (Carroll)

وسوف تعتمد تلك الدراسة على خمسة أبعاد للمسئولية الاجتماعية كما صاغها **(Carroll)** مع إجراء تعديل طفيف عليها حيث تتماشى تلك الأبعاد " **الاقتصادي ، الأخلاقي ، الإنساني ، الاجتماعي ، القانوني** " بشكل وثيق مع العديد من المنظمات الغير ربحية التي تعمل في المقام الأول على خدمة المصلحة العامة في صورها المختلفة ، ومنها بطبيعة الحال الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ، وأن التعريف الواسع لمفهوم المسئولية الاجتماعية ينطوي على العديد من العناصر التي يمكن تطبيقها على القطاع التعاوني .

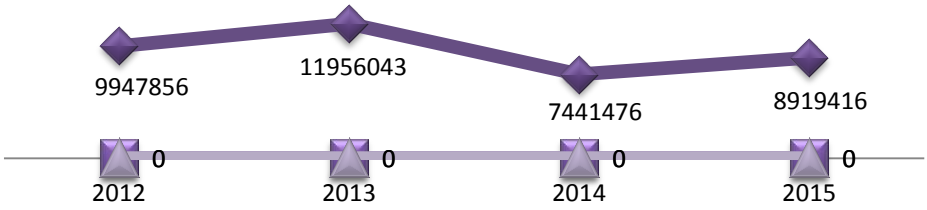
حجم إنفاق الجمعيات التعاونية الاستهلاكية على أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية:

بلغ عدد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت (٥٨) جمعية ، وعدد المساهمين (٤٧٣٥٣٥) مساهماً ، وفق التقرير المالي لاتحاد الجمعيات الاستهلاكية عن عام ٢٠١٥ م ، وتشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١) إلى أن حجم الإنفاق على أنشطة وبرامج الخدمات الاجتماعية بلغ (٨٩١٩٤١٦) دينار كويتي في نفس العام ، حيث يسمح القانون بإنفاق (٢٥%) من صافي إرباح العام على النهوض اجتماعيا بأحوال منطقة عمل الجمعية وخدمة المساهمين ، وأن تلك القيمة قد زادت عن حجم الإنفاق في عام ٢٠١٤ بمقدار (١٤٧٧٩٤٠) د.ك ، بنسبة زيادة قدرها (١٩,٨٦%) تقريباً ، ومقارنةً مع حجم الانفاق لعامي (٢٠١٢ ، ٢٠١٣) فقد إنخفضت القيمة المخصصة لتلك المعونات والأنشطة بنسبة مئوية قدرها (١٠.٣٩% ، ٢٥,٤٠%) على التوالي كما هو موضحاً بشكل رقم (٢) .

كما تشير البيانات الواردة أيضاً إلى أن حجم المنصرف على الخدمات والانشطة الاجتماعية سنوياً خلال الفترة من (٢٠١٢ : ٢٠١٥) يفوق الارصدة المتاحة في بداية العام لبند المعونة الاجتماعية ، مما يشير إلى أن إدارة الجمعيات التعاونية تسمح بتجاوز حد الإنفاق للأرصدة المخصصة لتلك الأنشطة خصماً من الأرصدة التي سوف يتم تخصيصها من صافي الأرباح المتوقع تحقيقها في نهاية العام المالي .

جدول (١) حجم وأوجه الانفاق المنصرف على الخدمات الاجتماعية من الجمعيات التعاونية الاستهلاكية خلال الفترة من ٢٠١٣ : ٢٠١٥ *					
م	بيان	السنة المالية			
		٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥
رصيد المعونة الاجتماعية		٢٦٦٠٨٤٢	٤٤٣٤٧٩٠	٣٢٢٦٦٦٥	٦٣٧٩١٩٧
١	التعليمية	١١٣٣١٦١	١٣٧٦٥٨٢	١١٧١٩٧٦	١٠٥٥٢٦٧
٢	الدينية	١٦٠٢٤٣٤	٢١٨٢٠٠٤	١١٣٣٩٠٠	١٩٩٨٥٦٠
٣	الرياضية والترفيهية	١١٦٥٥٠١	١٥٨٤١٠٣	١٣٢٢٩٠٨	١١٥٨٧٠٧
٤	الصحة	١٥٩١٧٣	٢٥٠٢٦٥	١٧٣٠١٦	٧٨٩٤٩
٥	أهالي المنطقة	٢٢٤٦٣١٣	٢٠١٤٨٨٧	١١٧٣٦٦١	١٠١٧٤١٩
٦	جمعيات النفع العام	٩٢٩٦٩٩	٦٤٤٩٦١	٣٦٣٤٥٢	٢٥٣٩٢٣
٧	الاحتفالات	٦٠٦١٨٠	٦٥٩٩٣٤	٤٢٤١٣٤	٦٥٤٧١٠
٨	الأمن والغاز والنظافة	٣٠٢٠١٦	٥٩٤١٢٩	٢٩٩٨٢٩	٢٧٠٨٩٩
٩	المنشآت	٦١٢٠٣٣	٤٠٢٥٥٥	٢٣٤٥٠٧	١١٨٩٨٤
١٠	مصروفات أخرى	١١٩١٣٤٦	٢٢٣٦٦٢٣	١٠٣٤١٧٩	٩٨٣٠٥٩
أجمالي المنصرف		٩٩٤٧٨٥٦	١١٩٥٦٠٤٣	٧٤٤١٤٧٦	٨٩١٩٤١٦

- إحصائية وفق البيانات الواردة بالتقرير المالي الصادر عن اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية خلال الاعوام ٢٠١٢ : ٢٠١٥ .



شكل (2) حجم الانفاق على الخدمات والأنشطة الاجتماعية خلال الفترة من 2012 : 2015

المسئولية الاجتماعية والمواطنة

إن نجاح الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في تبنى أبعاد المسئولية الاجتماعية وتطبيقها بفاعلية يعتمد في المقام الأول على ضرورة إدراك مجالس إدارتها المتعاقبة ، وكافة العاملين بها بأهمية أداء أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية كنهج أصيل من مبادئ العمل التعاوني ، وإنها أمر ملزم تجاه المجتمع ، ومكملاً لجهود الدولة في التنمية ، وأن يتم صياغة استراتيجية واضحة المعالم لأبعاد وأنشطة المسئولية الاجتماعية ، يعد مجلس إدارة الجمعية هو المسئول عن اعتماد أنشطة ومجالات المسئولية الاجتماعية بما يتوافق مع الاستراتيجية المعتمدة ، والعمل على توفير الاعتمادات المالية اللازمة لها ، مع ضرورة وضع خطة زمنية لعملية التنفيذ ومراجعتها من قبل أفراد متخصصين في هذا المجال ، لذا يجب العمل على إنشاء إدارة متخصصة لها الصلاحيات لتتولي تنفيذ الخطة الموضوعة .

إن القائمين على أنشطة المسئولية الاجتماعية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في حاجة إلى فهم حقيقي للغرض الأساسي لتلك الأنشطة ، بهدف خلق استراتيجية تعي بأهمية أداء أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية ، وأن تنسجم تلك الاستراتيجية مع رسالة ورؤية العمل التعاوني ، ويشير (**عباس ، والزاملي ، ٢٠٠٢**) إلى أن الموارد البشرية تمثل عنصراً أساسياً لها تأثير كبير على نوعية الأهداف التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها ، وأن كفاءة الأداء التنظيمي تتوقف على كفاءة الموارد البشرية ، مما يؤكد ضرورة الاهتمام بالموارد البشرية والعمل على تأهيلها.

تواجه القيادات التحديات والقيود في تنفيذها لأنشطة المسئولية الاجتماعية لارتباطها بقضايا ترتبط ارتباط وثيق بالمجتمع وتنميته ، مما يشكل ضغوط عليها ، لذا تلعب القيادة التنظيمية دوراً حيوياً في إنجاح منظومة المسئولية الاجتماعية ، وإن دور القيادة التنظيمية في توجيه الأعمال نحو أنشطة المسئولية الاجتماعية المستدامة يتطلب مجموعة فريدة من المهارات القيادية والكفاءات ، وتغيير في أسلوب إدارة الموارد البشرية ، **ويلعب** أسلوب القيادة الفاعلة دوراً هاماً في توصيل الرؤيتة الابتكارية ، ويحفز الآخرين على الابتكار، وتسريع عمليات المسئولية الاجتماعية **(Bossink, 2007)** .

المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة

تعددت أراء الكتاب والباحثين تجاه مفهوم المواطنة فمنهم من رأى أنها المساواة في الحقوق والواجبات بين أفراد المجتمع الواحد، ومنهم من رأى أنها خلق المواطن الصالح ، وآخرون أشاروا إلى إنها رديف للديمقراطية والمشاركة السياسية ، والتضحية في سبيل الوطن والدفاع عنه ، وتعرف لغوياً بأنها كلمةٌ مشتقةً من مصطلح الوطن ، والذي يعتبر المكان الذي يعيش فيه الإنسان، أما في اليونان القديمة فتصنف بأنها حقٌ من حقوق الإنسان المدنية ، وهذا ما أدى إلى اشتقاق اسمها في اليونانية، والإنجليزية، والفرنسية من كلمة City أي المدينة .

عرفتها دائرة المعارف البريطانية بأنها "علاقة بين فرد ودولة كما حددها قانون تلك الدولة ، وبما تتضمنه تلك العلاقات من واجبات وحقوق في تلك الدولة ، فهي مرتبطة بالحرية وما يصاحبها من مسئوليات ، كما تسبغ عليه حقوقاً سياسية ، مثل

حقوق الانتخاب ، وتولي المناصب العامة (**الكواري، 2004**) ، ويعرفها (**الجبوري** ، ٢٠١٠) بأنها " شعور الفرد بالانتماء إلى جماعة اجتماعية لها ثقافة وتاريخ ومصير مشترك ، وينظم هذا الشعور اجتماعيًّا وقانونيًّا وسياسيًّا ، ويسهم الفرد من خلال هذا الانتماء بشكل فاعل في الحياة الاجتماعية " .

أشار (**بدوي** ، ١٩٨٢) إلى أن المواطنة تتميز بنوع خاص من ولاء المواطن لوطنه وخدمته في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسساتي والفردي الرسمي والتطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو إليها الجميع ، وتوحد من اجلها الجهود ، وترسم الخطط وتوضع الموازنات . إن إحساس الفرد بانتمائه للمجتمع أو ما يعرف بالمواطنة يساهم في تحقيق أهداف المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي ، فالتنمية الحقيقية لا تتم إلا من خلال مشاركة الأفراد وشعورهم بأنهم جزء لا يتجزأ من المجتمع .

تهدف المواطنة إلى تحقيق انتماء المواطن وولائه لموطنه ، والعمل على رفع الخلافات والاختلافات الواقعة بين مكونات المجتمع والدولة في صورة حضارية ، وتذهب إلى توجيهها في إطار حواري يسمح بتقوية أواصر المجتمع ، وبذلك فان المواطنة تحدد علاقة الفرد بدولته وفق الدستور السائد والقوانين التي تنظم العلاقة بينهما من حيث الحقوق والواجبات (**الكواري، 2001**) ، لذلك زاد اهتمام المجتمعات الحديثة بالمواطنة نتيجة للتطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في معظم دول العالم ، إضافة إلى تأثير العولمة وثورة الاتصالات والانترنت ، لتصبح الديمقراطية وإشراك الشعب في الحكم ، وتحقيق مبادئ المساواة ، والتعددية السياسية ، وحقوق الإنسان ركائز المواطنة المعاصرة والدولة الحديثة (**ليلة ،2007**) ، وتدعيم منظومة القيم وقواعد السلوك الرشيد في المجتمع عموماً (**المحروقي** ، ٢٠٠٨).

وأشار (Osler and Starkey, 2005) إلى أن ثقة الأفراد في هويتهم يتحقق من خلال إدراكهم بأهمية الالتزام المدني وقبول المشاركة في أنشطة المسئولية الاجتماعية ، التعاون فيما بينهم من أجل معالجة المشكلات وتحقيق العدالة والسلام والديمقراطية في مجتمعهم ، واحترام الاختلافات فيما بينهم ، والعادات والتقاليد المجتمعية ، وحماية البيئة ، وأوضح العديد من الكتاب والباحثين أن المواطنة لها قيم ومكونات أساسية ينبغي إن تكتمل حتى تتحقق المواطنة ، ومن التعريفات المتعددة لمفهوم القيم بأنها " مجموعة من التفضيلات الإنسانية الفطرية أو المكتسبة المبنية على أسس عقائدية أو إجتماعية أو ثقافية أو أخلاقية تشكل لدى الفرد قناعة بأهميتها بصورة تجعل منها إطاراً مرجعياً لديه ، وتحدد تفاعله وسلوكه مع البيئة التي يعيش فيها " (**آل عبود** ، ٢٠١١) .

وحدد كل من (**السيد وإسماعيل** ، ٢٠١٠) عدة أبعاد للمواطنة هى: **البعد السياسى** الذى يتجلى فى احساس الفرد بالانتماء إلى الوطن ، **والبعد الثقافى** ويتجلى فى ما يوفره الوطن من حقوق تحافظ على الهوية الوطنية وتدعمها، **والبعد الاقتصادي** ويستهدف اشباع الحاجات المادية الأساسية للأفراد، والبعد المعرفى الحضارى وما يشمله من احترام لخصوصية الهوية الثقافية والحضارية ، **والبعد المهارى** ويقصد به المهارات

الفكرية مثل القدرة على التفكير الناقد والتحليل وحل المشكلات ، **والبعد الاجتماعى** ويقصد به الكفاءة الاجتماعية فى التعايش مع الآخرين والعمل معهم ، **والبعد الاخلاقى** أو القيمى ويعنى إشاعة قيم العدالة والمساواة والتسامح والحرية والشورى.

تعد منظومة القيم من أهم مقومات المواطنة ومصدراً للسلوك الحضاري كونها المعيار المحدد للحقوق والواجبات ، والمحرك الأساسي للوصول إلى ترجمة المواطنة على أرض الواقع (**دسوقي ، ٢٠٠٠**) ، ويقصد بها في تلك الدراسة :

الانتماء: يعرف الانتماء بأنه النزعة الداخلية للفرد التي تدفعه للدخول في إطار اجتماعي فكري معين بما يقتضيه هذا من التزام بمعايير وقواعد هذا الإطار وبنصرته والدفاع عنه في مقابل الأطر الاجتماعية والفكرية الأخرى (**راتب ، ١٩٩٩**) ، كما يعرف بأنه شعور أو إحساس داخلي لدى الفرد يتركز على الحاجات والدوافع الاجتماعية والنفسية ، ويعوِّد الفرد على الارتباط بلغة المجتمع وثقافته ونظمه ومؤسساته المختلفة باعتبار الفرد جزءاً من هذا المجتمع وعليه الالتزام بمعاييره وقوانينه عن اقتناع وحب مع الاستعداد للتضحية من أجل نصرته والدفاع عنه والمساهمة في حل مشكلاته (**الرشيدي وآخرون ، ٢٠٠٤**) ، فالانتماء يعتبر رابطة معنوية بين الفرد ومجتمعه كونها تقوم على حاجة الفرد لتأكيد ذاته ضمن كيان أكبر يمنحه الأمن والحماية (**مكرم ، ٢٠٠٤**) .

الحرية الفكرية وتقبل الآخر: يتضمن مفهوم المواطنة حقوقاً يجب أن يتمتع بها جميع المواطنين ، ومن تلك الحقوق حق الحرية الفكرية وتقبل الآخر التي يجب أن يتمتع بها جميع المواطنين بدون استثناء وعلى قدم المساواة ، وقد أشار (**الزير و المقبل ، ١٤٣٦ هـ**) إلى أن العمل التطوعي يساهم في قبول الآخر ، إن المجتمع المتجانس يخلق مناخاً يشترك فيه أبناء المجنمع في حوار إيجابي يساعد على إقامة مجتمع تكافلي ، ويسهل نشر التعايش وقبول الآخر ، ويساهم بشكل فعال في تحمل أفراد المجتمع لأعباء المسئولية الاجتماعية ، وترسخ الوحدة الوطنية التي ينبغي بناؤها على أساس من الثقة بين أفراد المجتمع على إختلاف طوائفه.

إن غياب الحرية الفكرية وتقبل الآخر يؤدي إلى إنعدام تكافؤ الفرص في التعبير عن الرأي ، وغياب العدالة ، وإنقطاع فرص الحوار والتواصل بين أطياف المجتمع ، ويمثل ذلك مسئولية يجب أن يضطلع بها كافة المؤسسات الحكومية ، والغير حكومية ، ومنظمات المجتمع المدني بكافة إتجاهاتها وتخصصاتها ، ولا تتحقق الحرية الفكرية وقبول الآخر إلا بالحوار والمشاركة الحقيقية في اتخاذ القرار، وقبول الرأي الآخر، ومناقشته وتوجيه النقد بطريقة موضوعية ، حتى يسود المجتمع حالة من الاستقرار والسلام والتعايش مهما اختلفت أعراق ومعتقدات أبنائه

الإلتزام بالواجبات: تختلف الدول عن بعضها العض في تحديد درجة ونوعية الواجبات المترتبة على مواطنيها باختلاف الفلسفة التي تقوم عليها الدولة ، إن الشعور بالمسئولية والقيام بها يجب أن خلقاً وسلوكاً وضرورةً تمارس في الواقع الحياة حتى لا يحدث التساهل في إداء الواجبات وتنجز الأعمال وتنجح المشروعات الإخلاص والدقة في أداء الأعمال الحكومية والمجتمعية التي تهدف لخدمة أفراد المجتمع ، وتسود الأخلاق وقيم الخير في

المجتمعات ، إن العمل على نشر ثقافة المسئولية الاجتماعية يجب أن تسود من خلال الإلتزام الطوعي بأداء الواجبات .

المشاركة المجتمعية: تعتبر المشاركة المجتمعية أحد المقومات التي ترتكز عليها تنمية المجتمع ، وتعد مشاركة الأفراد جهود تطوعية في مجالات الخدمة المجتمعية ، ومن خلال المشاركة تستطيع الجماعات بلورة رؤيتهم وتنظيم اوضاعهم ، وبالتالي تقديم مساهمتهم الفاعلة في تحديد اهداف التنمية والعمل على تحقيقها وتقويم نتائجها ، وتتطلب المشاركة مجموعة من الشروط منها ظروف تمكينية وقدرات مؤسسية وفردية وأطر تفاعلية واستقرار سياسي ونظم ديمقراطية ولامركزية إدارية وتنموية ، كما تتطلب التوافق والوعي، والمسؤولية والتعاون، والتسامح وقبول الاخر خاصة عندما تتزايد حدة الانقسامات في المجتمع (**الاسكو ، ٢٠٠٩**) .

ووفقا للتقاليد التي أرساها مؤسسوا التعاونيات التي تستند على مجموعة من القيم منها " الاعتماد على النفس ، والديمقراطية ، والمساواة، والعدالة والتضامن " ، فإن أعضاء التعاونيات يؤمنون بالقيم الأخلاقية للأمانة والصراحة والمسؤولية الاجتماعية ، والاهتمام بالآخرين ، وقد أثبتت التعاونيات من خلال تركيزها المتميز على القِيَم ، أنها نموذج تجاري مرن له مقومات البقاء ويمكنه أن يزدهر حتى في الأوقات الصعبة ، وقد ساعد هذا النجاح على حماية العديد من الأسر والمجتمعات المحلية من الانزلاق في هوة الفقر (**مون ، ٢٠١١**) .

المسئولية الاجتماعية تحددها أعراف وتقاليد واحتياجات المجتمع ، وتتصل بالواجبات المرتبطة بأدوار الفرد في المجتمع ، وهي الأدوار التي تؤدي وظائف أساسية لصالح بناء المجتمع ، وعلي هذا النحو تعد المسئولية الاجتماعية بنية من الواجبات والحقوق تحدد السلوك الذي ينبغي أن يطرقه الفرد تجاه المجتمع (**ليله ، ٢٠٠٩**) ، وباعتبار أن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية إحدى الجهات المعنية بتعزيز المشاركة المجتمعية فإنه يقع على عاتقها خلق مناخ يتسم بالثقة بين أفراد المجتمع المحلي ، ويعزز التعاون بينهم ، وتحفيزهم على المشاركة ، وتطوير قدراتهم الذاتية ، كما يقع على عاتقها تعبئة طاقات أفراد المجتمع المحلي ، وتمثيل أهدافه وطموحاته بصورة صحيحة ، وبالتالي المساهمة بصورة فاعلة في تنمية وتأصيل حس المواطنة وقيمها السابق ذكرها لدى أفراد المجتمع .

منهجية الدراسة

اتساقاً مع طبيعة المشكلة ومن أجل الوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة وللإجابة عن أسئلتها السابق طرحها سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول إحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل من الباحث في مجرياتها، ويستطيع أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها (**الآغا والأستاذ ، ٢٠٠٣**) .

أسلوب جمع البيانات والمعلومات

لتدعيم مختلف جوانب موضوع الدراسة " الإطار النظري " تم الاعتماد على المسح المكتبي ، والشبكة المعلوماتية، والاطلاع على الدراسات السابقة، والدوريات والمقالات والتقارير ، ومختلف الإصدارات الحديثة ذات العلاقة بموضوع البحث، كما تم الحصول على البيانات والمعلومات (الأولية) من

خلال استبيانة أعدت خصيصاً لهذا الغرض ، وسوف يراعي عند صياغة فقرات الاستبانة أن تكون واضحة ومحددة لضمان الحيادية في آراء عينة الدراسة ، وقد تم تحليل البيانات بأستخدام البرنامج الإحصائي (Spss) .

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في مساهمي الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت البالغ عددهم (٤٧٣٥٣٥) مساهماً موزعين على المحافظات الستة لدولة الكويت ، وسوف يتم مراعاة الكثافة العددية للمساهمين وفق المحافظة عند تمثيل عينة الدراسة ، حيث بلغ عدد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت عام ٢٠١٥ وفق احصائيات اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (٥٨) جمعية (جدول ٢) ، ويبين الجدول توزيع تلك الجمعيات وفق المحافظة التابعة لها الجمعية التعاونية الاستهلاكية ، وتشير البيانات الواردة بأن محافظة العاصمة هي الأكثر عدداً في عدد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية " ١٦ جمعية"، وأن كل من محافظتي الجهراء ومبارك الكبير هي الأقل عدداً " ٤ جمعيات لكل منهما " .

حدود الدراسة: تنحصر حدود الدراسة في النقاط التالية :

الموضوع: تناولت الدراسة مفهوم وأهمية وأبعاد المسئولية الاجتماعية " الدور الإجتماعي والمبادرات التي تتبناها المنظمة تجاه المجتمع والبيئة الخارجية " واثرها في تأصيل قيم المواطنة.

الفئة المستهدفة: عينة عشوائية من المساهمين في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت ، **الفترة الزمنية** : إجريت الدراسة خلال عام ٢٠١٦.

الحدود المكانية: محافظات دولة الكويت .

جدول (2) بيان بأسماء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية موزعة حسب المحافظة التابعة لها*

محافظة العاصمة	محافظة حولي	محافظة الفروانية	محافظة الأحمدي	محافظة الجهراء	محافظة مبارك الكبير
جمعية كيفان التعاونية	جمعية الرميثية التعاونية	جمعية الفروانية التعاونية	ج. الصباحية التعاونية	ج. الجهراء التعاونية	ج. صباح السالم ت.
جمعية الشامية التعاونية	جمعية الشعب التعاونية	جمعية خيطان التعاونية	جمعية الرقة التعاونية	ج. الصليبية التعاونية	ج. الفنطاس التعاونية
جمعية الدسمة التعاونية	جمعية السالمية التعاونية	جمعية العمرية التعاونية	ج. الفحيحيل التعاونية	جمعية النسيم التعاونية	ج . العدان والقصور ت
جمعية الفيحاء التعاونية	ج. حولي والروضة ت.	ج. جليب الشيوخ ت.	جمعية الظهر التعاونية	ج. سعد العبد الله ت.	ج. مبارك الكبير ت.
جمعية القادسية التعاونية	جمعية مشرف التعاونية	ج. الفردوس التعاونية	جمعية هدية التعاونية		
ج. الصليبخات التعاونية	جمعية بيان التعاونية	جمعية الاندلس التعاونية	ج. جابر العلي التعاونية		
جمعية الخالدية التعاونية	جمعية الجابرية التعاونية	جمعية اشبيلية التعاونية	ج. الأحمدي التعاونية		
جمعية العديلية التعاونية	جمعية سلوى التعاونية	ج. العارضية التعاونية	ج. أبو حليفة التعاونية		
جمعية الدعية التعاونية	جمعية حطين التعاونية	جمعية الرحاب التعاونية	ج. علي صباح السالم ت.		
ج. عبد الله السالم والمنصورية ت	جمعية الزهراء التعاونية	جمعية الرابية التعاونية	ج. مدينة صباح الاحمد		
جمعية النزهة التعاونية	ج. السلام والصديق ت.	ج. صباح الناصر ت.			
جمعية الشرق التعاونية	جمعية الشهداء التعاونية	ج. عبد الله المبارك ت.			
جمعية اليرموك التعاونية					
جمعية السرة التعاونية					
جمعية قرطبة التعاونية					
جمعية القيروان التعاونية					
16	12	12	10	4	4

* البيان من إعداد الباحثين.

أداة الدراسة: حددت البيانات والمعلومات التي سيتم جمعها ميدانياً من خلال أداة للدراسة والتي اعتمدت على العديد من التصنيفات التي تناولها بعض الكتاب أمثال "Griffin, 1991" , "Carroll, 1993" , "Maignan, 2001" و " الغالبي و العامري ، ٢٠٠٥ " ، في نطاق أبعاد المسئولية الاجتماعية ، وتتكون من الاجزاء التالية :

الجزء الأول: يتناول البيانات الشخصية للمساهمين ويتضمن المتغيرات التالية (النوع ، المؤهل الدراسي ، الفئة العمرية ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة) ، مع طرح تساؤل عن وسيلة تواصل الجمعيات التعاونية مع المساهمين للتعريف بأنشطة المسئولية الاجتماعية)

الجزء الثاني: يتناول مقياس إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، وقد تكون المقياس من ٣٢ فقرة موزعة كما يلي : البعد الاقتصادي " الفقرة ١ : ٦ " ، البعد الأخلاقي " الفقرة ٧ : ١٢ " ، البعد الإنساني " الفقرة ١٣ : ١٩ " ، البعد الاجتماعي " الفقرة ٢٠ : ٢٧ " ، البعد القانوني " الفقرة من ٢٨ : ٣٢ " .

الجزء الثالث: مقياس تأصيل قيم المواطنة ، وقد تكون المقياس من ٢٣ فقرة موزعة كما يلي : الانتماء " الفقرة ١ : ٥ " ، حرية التعبير وتقبل الآخر " الفقرة ٦ : ١٢ " ، الإلتزام بالواجبات " الفقرة ١٣ : ١٧ " ، المشاركة المجتمعية " الفقرة ١٨ : ٢٣ " .

حجم عينة الدراسة

استخدم أسلوب العينة العشوائية في تحديد حجم العينة من المساهمين في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت موضع الدراسة ، وذلك من خلال المعادلة التالية : (**العتوم** ، ٢٠٠٦)

$$\text{حجم العينة} = \frac{(F-1)\,F \times N \times T^2}{(F-1)\,F^2T + N^2Q}$$

حيث :

T = الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة ٩٥ % = ١.٩٦ %

F = نسبة النجاح في التوزيع ، من الطبيعي أن تكون نسبة النجاح والفشل = متساويتان

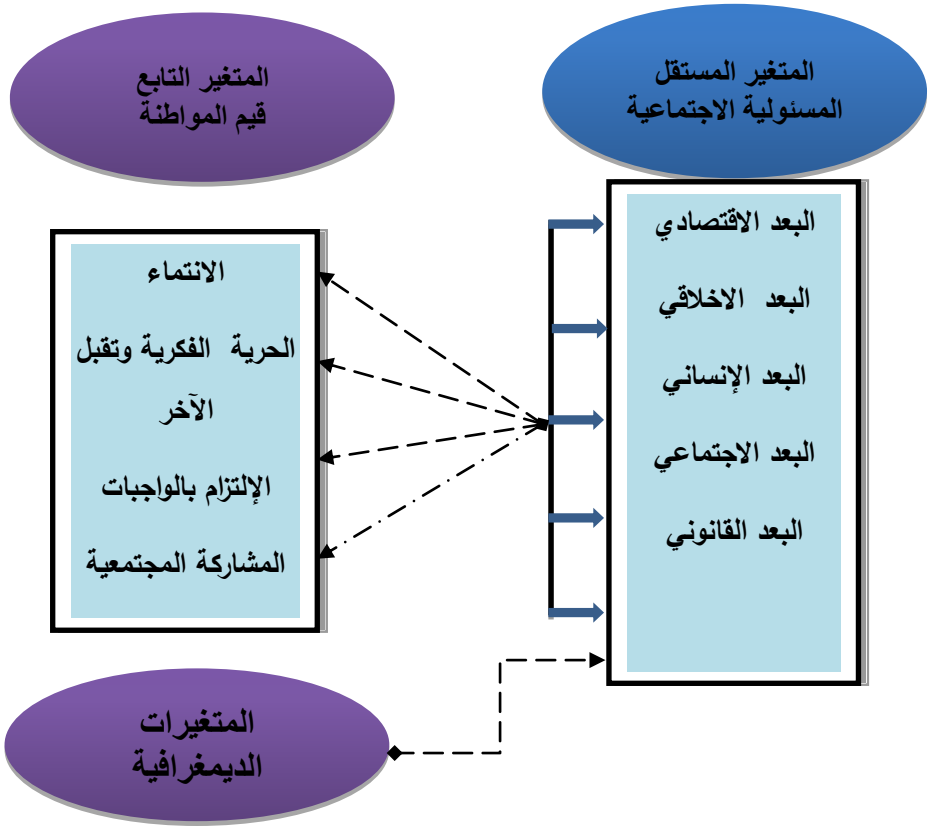
Q= نسبة الخطأ المسموح به والمنتشر على طرفي التوزيع بمقدار متساوي وهى = ٥ %

N = حجم المجتمع ، وباستخدام المعادلة السابقة يتضح أن حجم العينة :

$$\text{العينة} = \frac{(0.5-1)\,0.5 \times 473535 \times (1.96)^2}{(0.5-1)\,0.5 \times (1.96)^2 + 473535 \times (0.05)^2} = 384 \text{ مفردة}$$

تم توزيع عدد أكبر من الاستبانات (٤٢٠) لضمان الحصول على حجم العينة المطلوب ، استجاب منهم (٣٦٠) مشارك ، وبعد استبعاد الاستبانات غير المستوفاة (٣٢) بلغ عدد مفردات العينة(٣٢٨) مشاركاً ، وهو يعادل (٨٥.٤٢ %) من حجم العينة المطلوبة بما يسمح بالخروج بنتائج لها قيمة تعبر عن مجتمع الدراسة ويمكن تعميمها.

متغيرات الدراسة: يوضح الشكل التالي متغيرات الدراسة



شكل (٣) متغيرات الدراسة

خصائص العينة

البيانات الواردة في الجدول رقم (٣) تشير إلى أن العينة وفق النوع الأجتماعي تشكل ١٤٣ من الذكور (٤٣.٦%) ، في حين بلغ عدد الأناث ١٨٥ (٥٦,٤%) ، وبالنسبة للمؤهل الدراسي أظهرت العينة توزيعاً متساوياً بلغ (٣١%) تقريباً من حجم العينة لكل من " الثانوية العامة وأقل ، دبلوم كليات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ، الشهادة الجامعية " ، فيما بلغ حملة الماجستير (٧.٩%) من حجم العينة ، وشكلت الفئة العمرية " ٣٠ سنه وأقل " (٥٠.٩%) من حجم العينة ، وبلغت الفئة العمرية "٣١ سنة : ٤٠ سنة " (٢٥.٦%) منها، وأن الفئة العمرية الأقل مشاركة هي" الأكثر من ٥٠ سنة " بنسبة (٨.٢%) .

جدول (٣) التوصيف الإحصائي والديمغرافي لعينة الدراسة			
توزيع العينة حسب متغير		العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكر	143	% 43.6
	أنثى	185	% 56.4
	المجموع	328	100
المؤهل الدراسي	الثانوية العامة وأقل	101	% 30.8
	دبلوم كليات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي	101	% 30.8
	شهادة جامعية	100	% 30.5
	شهادة الماجستير	26	% 7.9
	المجموع	328	100
الفئة العمرية	٣٠ سنه وأقل	167	% 50.9
	٣١ سنة : ٤٠ سنة	84	% 25.6
	٤١ سنة : ٥٠ سنة	50	% 15.2
	أكثر من ٥٠ سنة	27	% 8.2
	المجموع	328	100

وأظهرت البيانات أيضاً توزيع العينة وفق الحالة الاجتماعية أن فئة المتزوج تعد الفئة الأكبر مشاركة حيث بلغت نسبتها المئوية (٥٥.٢%) من حجم العينة ، وتليها من حيث نسبة المشاركة فئة الغير متزوج بنسبة قدرها (٣٦.٩%) ، وأن فئة المطلق هي أقل فئة مشاركة بنسبة قدرها (٣%) فقط ، ووفقاً لمتغير المحافظة أظهرت البيانات أن مساهمي الجمعية التعاونية الاستهلاكية التي يقع نطاقها في محافظة العاصمة هي الأكثر استجابة بنسبة قدرها (٣٢.٣%) ، تليها كل من محافظة الجهراء ، وحولي بنسبة قدرها (١٦.٥% ، ١٥.٢%) على الترتيب ، وأن أقل مشاركة مساهمي محافظة مبارك الكبير بنسبة (١٠.٧%) من حجم العينة.

تابع جدول (٣) التوصيف الإحصائي والديمغرافي لعينة الدراسة			
توزيع العينة حسب متغير		العدد	النسبة المئوية
الحالة الاجتماعية	غير متزوج	121	% 36.9
	متزوج	181	% 55.2
	مطلق	16	% 4.9
	أرمل	10	% 3.0
	المجموع	328	100
المحافظة	العاصمة	106	% 32.3
	حولي	50	% 15.2
	الفروانية	41	% 12.5
	الأحمدي	42	% 12.8
	الجهراء	54	% 16.5
	مبارك الكبير	35	% 10.7
	المجموع	328	100

صدق المقياس وثباته: تم التحقق من صدق الأداة بثلاثة طرق :

" **الطريقة الأولى** " **الصدق الظاهري:** عرضت أداة الدراسة المقترحة على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص لإبداء آرائهم في مدى صدق الأداة بصورتها الأولية ، ومدى ملائمة فقراتها صياغة ومضمونا ، فضلا عن تحقيقها للغرض الذي وضعت من أجله ، وفي ضوء اقتراحات المحكمين تم إجراء التعديلات المطلوبة بناء على اقتراح بعض المحكمين لتكون ملائمة لتحقيق فروض الدراسة ، وقد أصبحت الأداة في صورتها النهائية .

" **الطريقة الثانية** " **صدق التكوين:** يوضح الجدول (٤) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محور الاستبانة ، والدرجة الكلية للاستبانة عند مستوى دلالة أقل من 01. ، وقد بلغ أقل ارتباط (739.) بالمحور الخاص بالبعد الاقتصادي والمتوسط العام للاستبانة, في حين بلغ أكبر معامل ارتباط (888.) لقيمة الحقوق والدرجة الكلية للإستبانة ، وبذلك يمكن اعتبار الاستبانة صالحة للتطبيق.

جدول (٤) معامل الارتباط بين الدرجة الكلية وكل محور من محاور الاستبانة (ن = 328)		
المحور	**معامل الارتباط**	**الدلالة الإحصائية**
البعد الاقتصادي	.739**	.000
البعد الاخلاقي	.823**	.000
البعد الانساني	.824**	.000
البعد الاجتماعي	.876**	.000
البعد القانوني	.849**	.000
الانتماء	.844**	.000
الحرية الفكرية وتقبل الآخر	.888**	.000
الإلتزام بالواجبات	.833**	.000
المشاركة المجتمعية	.843**	.000

** علاق ارتباط بيرسون دالة عند مستوى الدلالة الإحصائية 1%

" **الطريقة الثالثة** " **صدق الاتساق الداخلي:** تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي من خلال استخدام معامل ارتباط بيرسون لكشف عن العلاقة بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور ، فتبين أن العلاقة موجبة وتتراوح بين (٠.٩٠١ : ٠.٦٣٩) وجميعها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (١%) ، مما يدل على تحقق صدق الاتساق الداخلي لإجابة مفردات العينة على أسئلة الاستبيان.

ثبات أداة الدراسة: تم حسب ثبات الاستبانة من خلال تطبيقاتها على العينة المختارة التي بلغ عدد مفرداتها ٣٢٨ مفردة باستخدام معامل ألفا كرونباخ ، وطريقة التجزئة النصفية ، وتبين نتائج جدول رقم (٥) تمتع فقرات الاستبيان ككل بدرجات ثبات مقبولة بلغت (٠.٩٧٨) .

جدول (٥) حساب الثبات بمعامل ألفا و التجزئة النصفية (طريقة سبيرمان براون) لمحاور الاستبيان (ن = ٣٢٨)			
المحور	عدد البنود	كرونباخ ألفا	سبيرمان براون
البعد الاقتصادي	6	.841	.819
البعد الاخلاقي	6	.847	.755
البعد الانساني	7	.913	.879
البعد الاجتماعي	8	.911	.864
البعد القانوني	5	.895	.801
الانتماء	5	.919	.839
الحرية الفكرية وتقبل الآخر	7	.926	.858
الإلتزام بالواجبات	5	.887	.819
المشاركة المجتمعية	6	.916	.875
المجموع	55	.978	.912

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات التي تم جمعها لأغراض الدراسة ، وقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية منها : الإحصاء الوصفي (Descriptive Analysis) مثل : المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة ومعاملات الاختلاف ، كما استخدم كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) ، واختبار **(T)** لعينتين مستقلتين وذلك لاختبار اختلاف الرأي حول العناصر المكونة للمقاييس المختلفة باختلاف متغير النوع ، الجنسية ، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) ، كما استخدم اختبار **(F)** لبيان اختلاف الرأي حول العناصر المكونة للمقاييس المختلفة باختلاف بعض المتغيرات الديمغرافية ، والانحدار المتعدد لمعرفة مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة .

التحليل الاحصائي لإجابات أفراد العينة

أولاً: عرض النتائج الخاصة بمقياس إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية " دولة الكويت " لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية

وقد استخدم تدريج ليكرت الخماسي حيث تكون المقياس من محاور تعبر عن إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، باختيار واحدة من خمس إجابات هي: " أوافق بشدة وأعطيت

5درجات " ، " أوافق وأعطيت ٤ درجات " ، " أوافق لحد ما وأعطيت ٣ درجات " ، " لا أوافق وأعطيت درجتان " ، " لا أوافق بشدة وأعطيت درجة واحدة " ، عليه تم تحديد قيم الوسط المرجح وتقديره اللفظي على النحو التالي : من " ١ : ٢.٥٩ " يعبر عن " إدراك بدرجة منخفضة " ، **من** " ٢.٦ : ٣.٣٩ " إدراك بدرجة متوسطة " ، **مـن** " ٣.٤ : ٤.١٩ " إدراك بدرجة عالية " ، من " ٤.٢ : ٥ " إدراك بدرجة عالية جداً " ، وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف ، والوزن النسبي المرجح ، والدلالة اللفظية ، والرتبة لمحاور المقاييس الفرعية ، وباستعراض النتائج الواردة في جدول رقم (٦) تبين أن متوسطات أدراك المساهمبن (أفراد العينة) لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية كأن بدرجة عالية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لأبعاد المقاييس الفرعية (٣.٤٥) ، ووزن نسبي قدره (٧٣.٤%) ، وانحراف معياري قدره (٠.٧٦) ، وبمعامل اختلاف قدره (٢٢%) ، وبما أن الإنحراف المعياري أقل من (١) فهذا يعني تركيز استجابات عينة الدراسة وعدم تشتتها .

جدول (٦) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمقياس مستوى إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية في مجالات المسئولية الاجتماعية (ن = ٣٢٨)

م	أبعاد المسئولية الاجتماعية	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الدلالة اللفظية	الرتبة
١	**البعد الاقتصادي**	3.67	% 73.4	.77	% 21	عالية	1
٢	**البغد الأخلاقي**	3.58	% 71.6	.80	% 22.3	عالية	2
٣	**البعد الإنساني**	3.33	% 66.6	.97	% 29.1	متوسط	4
٤	**البعد الاجتماعي**	3.44	% 68.8	.91	% 26.45	عالية	3
٥	**البعد القانوني**	3.26	% 65.2	1.01	% 31	متوسط	5
المتوسط العام للمقياس		3.45	% 73.4	.76	% 22.0	عالية	

وقد تباين إدراك المساهمين (أفراد العينة) تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، فقد جاء كل من البعد " الاقتصادي ، والأخلاقي ، والاجتماعي " في المراتب الثلاثة الأولى على الترتيب ، وهم من أكثر المجالات إيجابية من وجهة نظرهم حيث تراوح الوسط حسابي للأبعاد الثلاثة بين (٣.٦٧ : ٣.٤٤) ، وبدلالة لفظة (عالية) ، فيما كان إدراكهم لكل من البعد " الانساني ، والقانوني " أقل إيجابيه حيث جاء كل منهما في المرتبة الرابعة والخامسة على الترتيب بوسط حسابي (٣.٣٣ ، ٣.٢٦) ، وبدلالة لفظة (متوسطة) ، مما يشير إلى تحقق **الفرضية**

الأولى التي تنص على " **تباين متوسطات مستوى إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية** " .

ثانياً: مدى تباين إدراك المساهمين تجاه أداء الجمعيات التعاونية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية باختلاف المتغيرات الشخصية

بإجراء اختبار **(T)** لعينيتين مستقلتين لأبعاد مقايس أبعاد المسئولية الاجتماعية حسب متغير **النوع** (جدول ٧) ، وجد أن الاختبار له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P-value < .01) لأبعاد المسئولية الاجتماعية ، إي أن إدراك المساهمين (عينة الدراسة) تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية تختلف باختلاف النوع . كما يشير الاختبار إلى أن متوسط إدراك الإناث أكبر (٣.٥٧) من متوسط الذكور (٣.٣١) ، إي أن الإناث أكبر إدراك من الذكور في هذا المجال .

جدول (٧) نتائج اختبار (T) لعينتين مستقلتين متوسط إدراك أداء الجمعيات التعاونية في مجال المسئولية الاجتماعية حسب متغير النوع

المتغير المعتمد المتغير المستقل	النوع	المتوسط	درجات الحرية	قيمة (T)	t-Table (0.05)	t-Table (0.01)	P value
أبعاد المسئولية الاجتماعية	ذكور	3.31	307.2	3.20**	1.645	2.326	0.002
	إناث	3.57					

بإجراء اختبار التباين (One Way ANOVA) حسب متغير كل من " **العمر و الحالة الاجتماعية و محافظة** " جدول (٨) ، وجد أن الاختبار له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P-value < .01) ، ((P-value < .05) لأبعاد المسئولية الاجتماعية ، حيث بلغت الدلالة الاحصائية لاختبار **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة " ٠.٠١٤ ، ٠.٠٠١ ، ٠.٠١٣ " ، إي أن (عينة الدراسة) يختلف إدراكهم بأداء الجمعيات التعاونية لدورها في أبعاد المسئولية الاجتماعية باختلاف كل من " العمر و الحالة الاجتماعية و محافظة " ، في حين لم تكن قيمة الاختبار دال إحصائياً لمتغير **المؤهل التعليمي** ، حيث بلغت قيمة اختبار **(F)** " ٠.٠82 " عند مستوى (P-value>.05) .

ومن خلال إجراء اختبار دنكن للمقارنات المتعددة لمقياس أبعاد المسئولية الاجتماعية (جدول ٩) وجد أن كل من : الفئة العمرية " ٣٠ سنة وأقل " ، وفئة " غير متزوج " ، ومساهمي الجمعيات التعاونية الاستهلاكية " بمحافظة الأحمدي" هم الأكثر إدراكاً لأداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، وأن كل من : الفئة العمرية "٤١ : ٥٠ " ، وفئة " الأرامل " ، ومساهمي الجمعيات التعاونية في محافظة " مبارك الكبير" هم الأقل إدراكاً بأداء الجمعيات لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية .

جدول (٨) : تحليل التباين لأثر الاختلاف في متوسط إدراك أداء الجمعيات التعاونية في مجال المسئولية الاجتماعية حسب المؤهل التعليمي و العمر و الحالة الاجتماعية و محافظة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار (F)	الدلالة (p-VALUE)
المؤهل التعليمي	بين المجموعات	3.885	3	1.295	2.253	.082 (غير دال)
	داخل المجموعات	186.201	324	.575		
	المجموع	190.085	327			
العمر	بين المجموعات	6.146	3	2.049	3.609*	.014 (دال إحصائيا)
	داخل المجموعات	183.939	324	.568		
	المجموع	190.085	327			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	8.982	3	2.994	5.357**	.001 (دال إحصائيا)
	داخل المجموعات	181.103	324	.559		
	المجموع	190.085	327			
المحافظة	بين المجموعات	8.252	5	1.650	2.923*	.013 (دال إحصائيا)
	داخل المجموعات	181.833	322	.565		
	المجموع	190.085	327			

** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)

* تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة α

جدول (٩) اختبار دنكن للمقارنات المتعددة لمقياس " أبعاد المسئولية الاجتماعية			
الفئة العمرية	حجم العينة	تجزئة المعلومات عند مستوى معنوية ٠.٠٥	
		العينة ١	العينة ٢
من 41 إلى 50 سنة	50	3.24	
من 31 إلى 40 سنة	84	3.34	3.34
أكثر من خمسين سنة	27	3.46	3.46
30 سنة أو أقل	167		3.58
الحالة الاجتماعية	حجم العينة	تجزئة المعلومات عند مستوى معنوية ٠.٠٥	
		العينة ١	العينة ٢
أرمل	10	3.14	
متزوج	181	3.3	3.34
مطلق	16	3.46	3.46
غير متزوج	121		3.67
المحافظة	حجم العينة	تجزئة المعلومات عند مستوى معنوية ٠.٠٥	
		العينة ١	العينة ٢
مبارك الكبير	35	3.19	
الفروانية	41	3.34	
حولى	50	3.35	
العاصمة	106	3.49	3.49
الجهراء	54	3.52	3.52
الأحمدى	42		3.78

ومن خلال استعراض نتائج اختبارات **(T) (F)** السابقة لبيان مدى تباين إدراك المساهمين (عينة الدراسة) تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية باختلاف المتغيرات الشخصية تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P− < value .01) باختلاف كل من متغير " النوع ، الفئة العمرية ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة " ، فيما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P−.01 > value)

لمتغير المؤهل التعليمي ، مما يشير إلى عدم تحقق الفرضية الثانية للدراسة بصورة كاملة وعلية يتحقق فرض العدم الذي ينص على : **توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية تبعاً لبعض المتغيرات الديمغرافية .**

ثالثا: عرض النتائج الخاصة بمقياس قيم المواطنة

تشير البيانات الواردة في الجدول (١٠) إلى الأهمية النسبية لأنشطة وبرامج المسئولية

الاجتماعية في تأصيل قيم المواطنة لدي المساهمين من وجهة نظر (عينة الدراسة) حيث بلغت الدرجة الكلية للمتوسط العام للمقاييس الفرعية لقيم المواطنة (٣.٤٦) ، بوزن نسبي قدره (٦٩.٢%)، بإنحراف معياري (٠.٨٢) ، ومعامل اختلاف (٢٣.٧%) ، ودلالة لفظية " بدرجة عالية " ، وتشير هذه النتيجة إلى أن عينة الدراسة) يرون أن أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية التي تقوم بها الجمعيات ذو أهمية في تأصيل قيم المواطنة لدى المساهمين ، وبالتالي فإن كل ما يقدم للمساهمين في نطاق المسئولية الاجتماعية يعزز من قيم المواطنة ، وفرص مشاركتهم في تنمية المجتمع وإزدهاره .

جدول (١٠) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمقياس تأصيل قيم المواطنة

م	تأصيل قيم المواطنة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الدلالة اللفظية	الرتبة
١	**الانتماء**	3.55	.94	%26.5	عالية	1
٢	**الحرية الفكرية وتقبل الآخر**	3.37	.92	%27.3	متوسطة	4
٣	**الإلتزام بالواجبات**	3.53	.911	%25.81	عالية	2
٤	**المشاركة المجتمعية**	3.38	.91	%26.92	متوسطة	3
	المتوسط العام للمقياس	3.46	.82	%23.70	عالية	

وقد تباينت درجة استجابة أفراد العينة تجاه قيم المواطنة ، فقد حازت كل من قيمة " الانتماء ، الإلتزام بالوجبات " على المرتبة الأولى والثانية بوسط حسابي (٣.٥٥ ، ٣.٥٣) وبدلالة لفظية " بدرجة عالية " ، فيما لم ترتقي ممارسات الجمعية في لأبعاد المسئولية الاجتماعية في تأصيل قيمة كل من " المشاركة المجتمعية ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر " بدرجة كافية ، حيث بلغ الوسط الحسابي (٣.٣٨ ، ٣٣٧) على الترتيب وبدلالة لفظية " بدرجة متوسطة " ، إي أنها ساهمت بدرجة أكبر في تأصيل قيمتي " الانتماء ، الإلتزام بالوجبات " وبدرجة أقل لقيمتي " المشاركة المجتمعية ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر " على الترتيب .

الوسائل التي تستخدمها الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لتعريف المساهمين بأنشطة المسئولية الاجتماعية

أفاد أفراد عينة الدراسة أن من الوسائل الأكثر استخداماً من قبل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في تعريف المساهمين بأنشطة المسئولية الاجتماعية هي على الترتيب : وسائل التواصل الأجتماعي (٥٠.٩%) ، الملصقات الإعلانية (٤١.٢%) ، الرسائل النصية (٢٩.٣%)

، الصحف اليومية (٢٥.٦%) ، وأن أقل وسيلة تواصل تلجأ إليها كل من : النشرات الإذاعية (٩.٥%) ، والندوات واللقاءات (٨.٢%) كما هو موضحاً في جدول (١١).

جدول(١١) ترتيب الوسيلة التي يتخدمها الجمعية للتعرف المساهم بأنشطة المسئولية الاجتماعية

الترتيب		الصحف	النشرات التلفزيونية	النشرات الإذاعية	التواصل الاجتماعي	الملصقات	الرسائل النصية	الندوات واللقاءات
نعم	العدد	84	43	31	167	135	96	27
	%	% 25.6	% 13.1	% 9.5	% 50.9	% 41.2	% 29.3	% 8.2
لا	العدد	244	285	297	161	193	232	301
	%	%74.4	% 86.9	% 90.5	% 49.1	% 58.8	% 70.7	% 91.8

علاقة الارتباط بين وسيلة التواصل والتعريف بأنشطة المسئولية الاجتماعية

تشير النتائج الواردة في الجدول التالي (١٢) إلى وجود علاقة إرتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام كل من وسائل " **التواصل الاجتماعي ، والملصقات والمطبوعات ، النشرات الإعلامية التلفزيونية والإذاعية ، والندوات والاجتماعات** " وتعرف المساهمين بأنشطة الجمعية التعاونية في نطاق مسئولياتها الاجتماعية ، ونلاحظ معنوية جميع علاقات الارتباط حيث بلغت قيمة **(T)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة ، والاختبار دال إحصائيا عند مستوى دلالة **01. (P-value<.01** ، فيما تبين عدم وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسيلتي " الرسائل النصية والصحف " في تعرف المساهمين على أنشطة الجمعية التعاونية في نطاق مسئولياتها الاجتماعية حيث كان اختبار **(T)** غير دال إحصائيا ، وبلغت الدلالة الإحصائية للاختبار أكثر من **05. (P-value>.01)**.

جدول (١٢) نتائج الارتباط بين وسيلة التواصل والتعريف بأنشطة الجمعيات في مجال المسئولية الاجتماعية

المتغير المعتمد المتغير المستقل	أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة "						
	يستخدم	المتوسط	درجات الحرية	قيمة (T)	t-Table (0.05)	t-Table (0.01)	P value
التواصل الاجتماعي	نعم	3.61	326	3.75**	1.645	2.326	0.000
	لا	3.30					
الملصقات والمطبوعات	نعم	3.31	326	3.07**	1.645	2.326	0.002
	لا	3.56					
الرسائل النصية	نعم	3.37	326	1.30	1.645	2.326	0.190
	لا	3.49					
الصحف	نعم	3.35	326	1.51	1.645	2.326	0.130
	لا	3.50					
النشرات الإعلامية التلفزيونية	نعم	3.80	326	2.53*	1.645	2.326	0.012
	لا	3.41					
النشرات الإذاعية	نعم	3.78	326	2.88**	1.645	2.326	0.004
	لا	3.42					
الندوات واللقاءات والاجتماعات	نعم	3.86	326	2.53*	1.645	2.326	0.012
	لا	3.42					

** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01) * تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.05)

علاقات الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة

١. تشير النتائج الواردة في جدول (١٣) إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " كلاً على حده " وتأصيل قيمة " الأنتماء " حيث تراوحت قيم معامل ارتباط سيبرمان بين (٠.٣٦٥ : ٠.٦٩٢) ، عند مستوى دلالة إحصائية **.01 (P-value<.01)** ، وأن " البعد الاجتماعي " أكثر ارتباطاً بتأصيل قيمة " الانتماء " لدى المساهمين " (عينة الدراسة) ، فيما تبين أن " البعد الأقتصادي " أقل ارتباطاً بتأصيل قيمة " الانتماء "، كما تشير النتائج إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة " وتأصيل قيمة " الأنتماء " حيث بلغت قيمتها (٠.٧٣٩) ، وتشير تلك النتائج إلى تحقيق الفرضية المنبثقة (أ) من الفرض الثالث التي تنص على : **توجد علاقة ارتباط داله احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم الانتماء** ".

جدول (١٣) نتائج الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم الانتماء			
المتغير المعتمد المتغير المستقل	قيمة عامل ارتباط سبيرمان	P value	نوع الارتباط
البعد الاقتصادي	.565**	.000	طردي
البغد الأخلاقي	.628**	.000	طردي
البعد الإنساني	.588**	.000	طردي
البعد الاجتماعي	.692**	.000	طردي
البعد القانوني	.676**	.000	طردي
أبعاد المسئولية الاجتماعية	.739**	.000	طردي
** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)			

٢. تشير النتائج الواردة في جدول (١٤) إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " كلاً على حده " وتأصيل قيمة " الحرية الفكرية وتقبل الآخر " حيث تراوحت قيم معامل ارتباط سيبرمان بين (٠.٥٦٠ : ٠.٧٣٢) ، عند مستوى دلالة إحصائية **01. (P-value<.01)** ، وأن " البعد الاجتماعي " أكثر ارتباطاً بتأصيل قيم " الحرية الفكرية وتقبل الآخر " لدى المساهمين " (عينة الدراسة) ، فيما تبين أن " البعد الأقتصادي " أقل ارتباطاً ، كما تشير النتائج إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة " وتأصيل قيم " الحرية الفكرية وتقبل الآخر " حيث بلغت قيمتها (٠.٧٣٩) ، وتشير تلك النتائج إلى تحقيق الفرضية المنبثقة (ب) من الفرض الثالث التي تنص على : **توجد علاقة ارتباط داله احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم الحرية الفكرية وتقبل الآخر** ".

جدول (١٤) نتائج الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم الحرية الفكرية وتقبل الآخر			
المتغير المعتمد المتغير المستقل	قيمة عامل ارتباط سبيرمان	P value	نوع الارتباط
البعد الاقتصادي	.560**	.000	طردي
البغد الأخلاقي	.658**	.000	طردي
البعد الإنساني	.672**	.000	طردي
البعد الاجتماعي	.732**	.000	طردي
البعد القانوني	.727**	.000	طردي
أبعاد المسئولية الاجتماعية	.789**	.000	طردي
** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)			

٣. تشير النتائج الواردة في جدول (١٥) إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " كلاً على حده " وتأصيل قيم " الإلتزام بالواجبات " حيث تراوحت قيم معامل ارتباط سبيرمان بين (٠.٥٢٠ : ٠.٦٦٢) ، عند مستوى دلالة إحصائية **.01 (P-value<.01)** ، وأن " البعد الاجتماعي " أكثر ارتباطاً بتأصيل قيم " الإلتزام بالواجبات " لدى المساهمين " (عينة الدراسة) ، فيما تبين أن " البعد الأقتصادي " أقل ارتباطاً ، كما تشير النتائج إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة " وتأصيل قيمة " الإلتزام بالواجبات " حيث بلغت قيمتها (٠.٧٣١) ، وتشير تلك النتائج إلى صحة الفرضية المنبثقة (ج) من الفرض الثالث التي تنص على : **توجد علاقة ارتباط داله احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم الإلتزام يالواجبات**" .

جدول (١٥) نتائج الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم الإلتزام بالواجبات			
المتغير المعتمد المتغير المستقل	**قيمة عامل ارتباط سبيرمان**	**P value**	**نوع الارتباط**
البعد الاقتصادي	.520**	.000	طردي
البغد الأخلاقي	.644**	.000	طردي
البعد الإنساني	.628**	.000	طردي
البعد الاجتماعي	.662**	.000	طردي
البعد القانوني	.654**	.000	طردي
أبعاد المسئولية الاجتماعية	.731**	**.000**	**طردي**
** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)			

٤. تشير النتائج الواردة في جدول (١٦) إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " كلاً على حده " وتأصيل قيمة " المشاركة المجتمعية " حيث تراوحت قيم معامل ارتباط سيبرمان بين (٠.٥٣٧ : ٠.٧٢١) ، عند مستوى دلالة إحصائية **01. (P-value<.01)** ، وأن " البعد الاجتماعي " أكثر ارتباطاً بتأصيل قيمة " المشاركة المجتمعية " لدى المساهمين " (عينة الدراسة) ، فيما تبين أن " البعد الأقتصادي " أقل ارتباطاً ، كما تشير النتائج إلى وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة " وتأصيل قيمة " المشاركة المجتمعية " حيث بلغت قيمتها (٠.٧٤٥) ، وبالتالي يتضح صحة الفرضية المنبثقة (د) من الفرض الثالث التي تنص على : **توجد علاقة ارتباط داله احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وقيم المشاركة المجتمعية**" .

جدول (١٦) نتائج الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المشاركة المجتمعية			
المتغير المعتمد / المتغير المستقل	قيمة عامل ارتباط سبيرمان	P value	نوع الارتباط
البعد الاقتصادي	.537**	.000	طردي
البغد الأخلاقي	.611**	.000	طردي
البعد الإنساني	.606**	.000	طردي
البعد الاجتماعي	.721**	.000	طردي
البعد القانوني	.689**	.000	طردي
أبعاد المسئولية الاجتماعية	.745**	.000	طردي
** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)			

ومن استعراض مؤشرات علاقات الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة الواردة في الجداول رقم (١٣ : ١٦) يتضح ما يلي :

أ. البعد الاجتماعي الأكثر ارتباطاً بتأصيل قيم المواطنة " الانتماء ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر ، الإلتزام بالواجبات ، المشاركة المجتمعية ، بقيم ارتباط تراوحت بين (٠.٩٦٢ ، ٠.٧٣٢) ، وأن البعد الاقتصادي الأقل ارتباطاً بتأصيل قيم المواطنة .

ب. وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة " وتأصيل قيم المواطنة " كلاً على حده حيث تراوحت قيم معامل ارتباط سبيرمان بين (٠.٧٣١ : ٠.٧٨٩) ، عند مستوى دلالة إحصائية **01. (P-value<.01)** ، وأن أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة الاكثر ارتباطاً بتأصيل قيم " الحرية الفكرية وتقبل الآحر " لدى المساهمين " (عينة الدراسة) ، فيما تبين أنها أقل ارتباطاً بتأصيل قيمة " المشاركة المجتمعية " .

ومن خلال النتائج الواردة في جدول (١٧) اتضح وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " مجتمعة " وتأصيل قيم المواطنة حيث بلغ قيمة معامل ارتباط سبيرمان (٠.٨٤٠) ، عند مستوى دلالة إحصائية **01. (P-value<.01)** ، إي أن أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية من شأنه العمل على تأصيل قيم المواطنة ، وبالتالي تحقيق الفرضية الثالثة التي تنص على " **توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وتأصيل قيم المواطنة مجتمعة .**

جدول (١٧) نتائج الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة وتأصيل قيم المواطنة			
المتغير المعتمد المتغير المستقل	قيمة عامل ارتباط سبيرمان	P value	نوع الارتباط
أبعاد المسئولية الاجتماعية	.840**	.000	طردي
** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة (α =0.01)			

علاقات الأثر بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة

١. أشارت القيم الواردة بالجدول (١٨) إلى أن البعد الأقتصادي له أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (α) ، وبلغت قيمة (P 05>0 ≤)

(١.٠٥٨) ، وكانت قيمة **(β)** (٠.٦٥٢) ، مما يعني أن تغير مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٦٥٢) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٣٧٢) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة "، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.372) .

.جدول (١٨) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الإقتصادي كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة			
المسئولية الاجتماعية	المؤشرات	قيم المواطنة (Y)	الدلالة الاحصائية
البعد الأقتصادي (X)	F-Cal	193.3	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	1,326	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.372	
	α	1.058	
	β	.652	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

إي أن (٦٢.٨%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < 05.) بين البعد الاقتصادي (المتغير المستقل) كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية **(x)** ومؤشر قيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** يعطى بالعلاقة التالية :

$$y = 1.058 + 0.652\ x$$

وبذلك يتضح تحقق الفرضية المنبثقة (أ) من الفرض الرابع التي تنص على " **يؤثر بعد المسئولية الاقتصادية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** "

٢. أشارت القيم الواردة بالجدول (١٩) إلى أن البعد الأخلاقي له أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى ($P \leq 0.05$) ، وبلغت قيمة (α) (٠.٨٣٥) ، وكانت قيمة (β) (٠.٧٣٣) ، مما يعني أن تغيرر مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٧٣٣) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٥٠٣) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة "، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.503)

جدول (١٩) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الأخلاقي كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة

المسئولية الاجتماعية	المؤشرات	قيم المواطنة (Y)	الدلالة الاحصائية
البعد الأخلاقي (X)	F-Cal	331.7	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	1,326	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.503	
	α	.835	
	β	.733	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

إي أن (٤٩.٧%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < 05.) بين البعد الأخلاقي (المتغير المستقل) كأحد أبعاد المسئولة الاجتماعية **(x)** ومؤشر قيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** يعطى بالعلاقة التالية : $y = 0.835 + 0.733\ x$

الأمر الذي يتحقق معه الفرضية المنبثقة (ب) من الفرض الرابع التي تنص على " **يؤثر بعد المسئولية الأخلاقية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** " .

٣. أشارت القيم الواردة بالجدول (٢٠) إلى أن البعد الإنساني له أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى ($P \leq 0.05$) ، وبلغت قيمة (α) (١.٤٩٤) ، وكانت قيمة (β) (٠.٥٨٩) ، مما يعني أن تغيرر مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٥٨٩) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٤٨٤) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة "، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.484) .

جدول(٢٠) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الانساني كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة			
المسئولية الاجتماعية	**المؤشرات**	**قيم المواطنة (Y)**	**الدلالة الاحصائية**
البعد الإنساني **(X)**	F-Cal	307.8	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	1,326	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.484	
	α	1.494	
	β	.589	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

إي أن (٥١.٦%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < .05) بين البعد الإنساني (المتغير المستقل) كأحد أبعاد المسئولة الاجتماعية **(x)** ومؤشر قيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** يعطى بالعلاقة التالية : **y = 1.494 + 0.589 x**

وبالتالي يتضح تحقق الفرضية المنبثقة (ج) من الفرض الرابع) التي تنص على " **يؤثر بعد المسئولية الإنسانية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** " .

٤. أشارت القيم الواردة بالجدول (٢١) إلى أن البعد الاجتماعي له أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (P 05<0 ≤) ، وبلغت قيمة **(α)** (١.٠٠٤) ، وكانت قيمة **(β)** (٠.٧١٢) ، مما يعني أن تغيرر مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٧١٢) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٦١٤) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة "، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.614) ، إي أن (٣٨.٦%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < .05) بين البعد الاجتماعي (المتغير المستقل) كأحد أبعاد المسئولة الاجتماعية **(x)** ومؤشر قيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** يعطى بالعلاقة التالية :

y = 1.004 + 0.712 x

الأمر الذي يتضح تحقق الفرضية المنبثقة (د) من الفرض الرابع التي تنص على " **يؤثر بعد المسئولية الاجتماعية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** " .

جدول (٢١) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الاجتماعي كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة			
المسئولية الاجتماعية	**المؤشرات**	**قيم المواطنة (Y)**	**الدلالة الاحصائية**
البعد الاجتماعي (X)	F-Cal	521.7	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	1,326	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.614	
	α	1.004	
	β	.712	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

٥. القيم الواردة بالجدول (٢٢) تشير إلى أن البعد القانوني له أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (P 05>0 ≤) ، وبلغت قيمة (α) (١.٤١٤) ، وكانت قيمة **(β)** (٠.٦٢٥) ، مما يعني أن تغير مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٦٢٥) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٥٨٨) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة "، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.588) ، إي أن (٤١.٢%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < .05) بين البعد الأخلاقي (المتغير المستقل) كأحد أبعاد المسئولة الاجتماعية **(x)** ومؤشر قيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** يعطى بالعلاقة التالية : **y** = 1.414 + 0.625 **x**

مما يدل على تحقق الفرضية المنبثقة (هـ) من الفرض الرابع التي تنص على " **يؤثر بعد المسئولية القانونية معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** " .

جدول (٢٢) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد القانوني كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة			
المسئولية الاجتماعية	**المؤشرات**	**قيم المواطنة (Y)**	**الدلالة الاحصائية**
البعد القانوني (X)	F-Cal	468.3	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	1,326	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.588	
	α	1.414	
	β	.625	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

ومن استعراض مؤشرات علاقات التأثير بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة الواردة في الجداول رقم (١٨ : ٢٢) تبين وجود علاقات إنحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = .05 > 0) بين أبعاد المسئولية الاجتماعية كلاً على حده كمتغيرات مستقلة وتأصيل قيم المواطنة كمتغير تابع ، حيث تراوحت قيمة معامل التحديد " **R2**" بين (٠.٥٨٩ : ٠.٧٣٣) ، وأن البعد الاخلاقي الأكثر تأثيراً بتأصيل قيم المواطنة ، في حين جاء البعد الإنساني الأقل تأثيراً.

كما تشير القيم الواردة بالجدول (٢٣) إلى أن أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة لها أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة ، حيث بلغت قيمة **(F)** المحسوبة أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (P 05>0 ≤) ، وبلغت قيمة **(α)** (٠.٣٢٣) ، وكانت قيمة **(β)** (٠.٩٠٦) ، مما يعني أن تغير مقداره (١) في بعد المسئولية الاقتصادية يحدث تغيراً قدره (٠.٩٠٦) في تأصيل قيم المواطنة ، ويفسر (٠.٩٠٦) من التغيرات الحاصلة في المتغير " قيم المواطنة " ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد (**R2**=0.704)

جدول(٢٣) علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد القانوني كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية وقيم المواطنة			
المسئولية الاجتماعية	**المؤشرات**	**قيم المواطنة (Y)**	**الدلالة الاحصائية**
أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة (X)	F-Cal	778.3	
	F-table 0.05	3.84	
	D.F	(1,326)	
	P-value	0.00	دالة عند مستوي (٠.٠٥)
	R2	.704	
	α	.323	
	β	.906	دالة عند مستوي (٠.٠٥)

، إي أن (٢٩.٦%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد " قيم المواطنة " تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج ، وبالتالي وجود علاقة انحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < 05.) بين أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة (المتغير المستقل) **(x)** وقيم المواطنة كمتغير تابع **(y)** بالمعادلة : $y = 0.323 + 0.906\ x$

وبذلك يتضح تحقق الفرضية الرابعة الرئيسية التي تنص على " **يؤثر أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة معنوياً في تأصيل قيم المواطنة** " .

الاستنتاجات

أولاً: تباين مستوى إدراك المساهمين (أفراد العينة) تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية ، فقد جاء كل من البعد " الاقتصادي ، والأخلاقي ، والاجتماعي " في المراتب الثلاثة الأولى على الترتيب ، وهم من أكثر المجالات إيجابية من وجهة نظرهم ، فيما كان إدراكهم لكل من البعد " الانساني ، والقانوني " أقل إيجابيه حيث جاء كل منهما في المرتبة الرابعة والخامسة على الترتيب ، وعلى الرغم من أن المتوسط العام لمقياس أبعاد المسئولية الاجتماعية قد بلغ (٣.٤٥) وبدلالة لفظية " عالية " إلا أن ذلك المتوسط يقع في الشريحة الأدنى لمدى الدلالة اللفظية

وبالتالي لم يكون أداء الجمعيات أكثر تميزاً وفاعلية الأمر الذي يلقي على عاتقها العمل على تعظيم الجوانب الإيجابية في أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية لتكون مثالاً يحتذى به في هذا المجال ، كما يتطلب الأمر أيضاً إعادة النظر في قصور الأنشطة والبرامج المتعلقة بالبعد الإنساني وخاصة في توفير فرص عمل للشباب وذوي الاحتياجات الخاصة ، وتوفير مخصصات لإعانة المحتاجين من أهل المنطقة بصورة كافية ، وأيضاً البعد القانوني وخاصةً ضرورة التعاون بشفافية مع الجهات المعنية بحماية المستهلك ، وتعريف أهالي المنطقة بحقوقهم التي كفلها الدستور وواجباتهم تجاه الوطن ، وانتهاج أسلوب يتوافق مع قوانين وتشريعات الدولة ، والالتزام بالقوانين التي تكفل حماية البيئة .

ثانياً: تباين إدراك المساهمين (أفراد العينة) تجاه أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الشخصية ، من خلال استعراض نتائج اختبارات تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P−01. > value) باختلاف كل من متغير " النوع ، الفئة العمرية ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة " ، فيما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P−01. > value) لمتغير المؤهل التعليمي ، إي أن إدراك المساهمين لأداء الجمعيات التعاونية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية يختلف بأختلاف كل من " النوع ، الفئة العمرية ، الحالة الاجتماعية ، المحافظة " ، ولا يؤثر المؤهل التعليمي في مستوى إدراكهم تجاه هذا المجال .

ثالثاً: تباين درجة استجابة أفراد العينة تجاه قيم المواطنة ، فقد حازت كل من قيم " الانتماء ، الإلتزام بالواجبات " على المرتبة الأولى والثانية ، فيما لم ترتقي ممارسات الجمعية في مجال أبعاد المسئولية الاجتماعية في تأصيل قيم كل من " المشاركة المجتمعية ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر " بدرجة كافية ، حيث جاءت كل منهما في الرتبة الثالثة والرابعة على الترتيب ، وبلغت الدرجة الكلية للمتوسط العام للمقاييس الفرعية لقيم المواطنة (٣.٤٦) ، وبدلالة لفظية " بدرجة عالية " ، إلا أن ذلك المتوسط أيضاً يقع في الشريحة الأدنى لمدى الدلالة اللفظية ، وبالتالي كلما كأن أداء الجمعيات التعاونية أكثر تميزاً وفاعلية في أنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية سوف يساهم في تعزيز قيم المواطنة ، مما تشير إلى الأهمية النسبية لأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية في تأصيل قيم المواطنة لدي المساهمين .

رابعاً: وسائل الاتصال الأكثر استخداماً من قبل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لتعريف المساهمين بأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية جاءت على الترتيب " التواصل الأجتماعي ، الملصقات الإعلانية ، الرسائل النصية ، الصحف اليومية ، كما تبين وجود علاقة إرتباط موجبة دالة إحصائياً بين استخدام كل من وسائل " **التواصل الاجتماعي ، والملصقات والمطبوعات ، النشرات الإعلامية التلفزيونية والإذاعية ، والندوات والاجتماعات** " وتعرف المساهمين بأنشطة وبرامج المسئولية الاجتماعية ، فيما تبين عدم وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسيلتي " الرسائل النصية والصحف " في تعرف المساهمين على أنشطة الجمعية التعاونية في نطاق مسئولياتها الاجتماعية .

خامساً: علاقات الارتباط بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة : أسفرت النتائج عن وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية " كلاً على حده " وتأصيل قيم المواطنة " كلاً على حده " (الإنتماء ، الحرية الفكرية وتقبل الآخر ، الإلتزام بالواجبات ، المشاركة المجتمعية) ، وأن " البعد الاجتماعي " الأكثر ارتباطاً بتأصيل بتأصيل قيم المواطنة ، فيما تبين أن " البعد الأقتصادي " أقل ارتباطاً بتأصيل بتأصيل قيم المواطنة ، كما أسفرت أيضاً عن وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة " وتأصيل قيم المواطنة " كلاً على حده" ، وأن أبعاد المسئولية

الاجتماعية مجتمعة الاكثر ارتباطاً بتأصيل قيم " الحرية الفكرية وتقبل الآخر " لدى المساهمين ، فيما تبين أنها أقل ارتباطاً بتأصيل قيم " المشاركة المجتمعية " ، وكذلك وجود علاقات ارتباط طردية موجبة بين كل من أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة " وتأصيل قيم المواطنة " مجتمعة" ، إي أن أداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدورها في نطاق المسئولية الاجتماعية من شأنه العمل على تأصيل قيم المواطنة .

سادسا: علاقات التأثير بين أبعاد المسئولية الاجتماعية وتأصيل قيم المواطنة : من استعراض مؤشرات علاقات التأثير تبين وجود علاقات إنحدار موجبة دالة إحصائيا (P-value = 0 < .05) بين أبعاد المسئولية الاجتماعية كلاً على حده كمتغيرات مستقلة وتأصيل قيم المواطنة كمتغير تابع ، وأن البعد الاخلاقي الأكثر تأثيراً بتأصيل قيم المواطنة ، في حين جاء البعد الإنساني الأقل تأثيراً ، وأن أبعاد المسئولية الاجتماعية مجتمعة لها أثر ذو دلالة إحصائية في تأصيل قيم المواطنة .

التوصيات

في ضوء الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة يرى الباحثون طرح التوصيات التالية التي من شأنها العمل على زيادة فاعلية إداء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت في مجالات المسئولية الاجتماعية :

١. ضرورة إجراء تنسيق بين الجمعيات التعاونية الاستهلاكية الواقعة في نطاق المحافظة الواحدة فيما يتعلق بأنشطة المسئولية الاجتماعية التي لها صبغة عامة تستفيد منها المحافظة ككل ، مع إصدار دليل إرشادي يوضح من خلاله مجالات المسئولية الاجتماعية ذات الأهمية ، مما يساهم في توحيد الرؤية والجهود ويؤتي بثمار إيجابية في المشروعات المزمع إقامتها .

٢. العمل على ترسيخ ثقافة المسئولية الاجتماعية لدى كافة المستويات الوظيفية بها ، وأن توضح لكافة العاملين أهمية وضرورة أداء أنشطة المسئولية الاجتماعية تجاه المساهمين ، وأنه من ضروريات العمل التعاوني ، وبإعتباره ودوراً مكملاً لمجهودات الدولة في مجال تنمية المجتمع

٣. إنشاء إدارات متخصصة للمسئولية الاجتماعية ضمن الهيكل التنظيمي للجمعيات التعاونية الاستهلاكية يتولى إدارتها أفراد ذو مؤهلات علمية متخصصة في هذا المجال ، وتابعة لمجلس إدارة الجمعية ، وتضطلع بوضع خطة واضحة تشمل كافة أبعاد المسئولية الاجتماعية المزمع تنفيذها سواء عاجلاً أو آجلاً ، ومتابعة تنفيذها على أرض الواقع .

٤. إعادة النظر في أنشطة البعد الإنساني ، لتواكب طموحات المساهمين وخاصةً في مجال توفير فرص عمل للشباب بصفة عامة ، وذوي الاحتياجات بصفة خاصة ، والعمل على تأهيل الشباب كشخصيات مؤهلة لممارسة دور ريادي في خدمة المجتمع ، والعمل على مساندة أهل المنطقة وقت الازمات ، وتوفير مخصصات مالية كافية لإعانة المحتاجين من أهل المنطقة .

٥. لم تولي الجمعيات التعاونية الاستهلاكية أهتماماً كافياً بالبعد القانوني لذا يتطلب الأمر إعادة النظر في تشاطات البعد القانوني ، وخاصةً التعاون بشفافية مع الجهات المعنية

بحمايـة المسـتهلك ، والتوافـق مـع قـوانين وتشـريعات الدولـة وخاصـة التـي تكفـل حمايـة البيئة .

٦. ضرورة العمل على تفعيل الدور التنويري من خلال الأهتمام بعقد الندوات التثقيفية والدينية ، وخاصةً التعريف بالظواهر السلبية في المجتمع ، ومجال البيئة وأخطارها ، والحقوق والواجبات التـي كفلهـا الدسـتور ، إن تفعيـل تلـك النـدوات يسـاهم فـي توعيـة المسـاهمين وتأصـيل قـيم المواطنة.

الدراسات المستقبلية

١. المسئولية الاجتماعية لشركات الاتصالات وأثرها في تكوين الصورة الذهنية للعملاء.

٢. دور منظمـات الأعمـال فـي نطـاق المسـئولية الاجتماعيـة وتنميـة مواردهـا البشـرية " دراسـة تطبيقية على القطاع الخاص بدولة الكويت " .

المراجع

١. الأمـم المتحـدة UN (٢٠١٠) ، قـرار الجمعيـة العامـة للأمـم المتحدة الصـادر فـي ١٨ ديسـمبر ٢٠٠٩ ، بنـاء علـى تقريـر اللجنـة الثالثـة (A/64/432) " دور التعاونيـات فـي التنميـة الاجتماعيـة " ، الـدورة الرابعـة والسـتون ، البنـد ٦١ (ب) ، متاح على الرابط :
https://documents-dds-ny.un.org/doc/-UNDOC/GEN/N09/469/97/PDF/N0946.997.pdf?OpenElement

٢. مون ، بان كي (٢٠١٦) ، رسالة الأمين العام للأمم المتحدة في اليوم العالمي للتعاونيات ، على الرابط :
http://www.un.org/ar/sg/messages/searchstr.asp?newsID=1352

٣. صـندوق الأمـم المتحـدة للسـكان UNFPA (٢٠١٢) ، على الرابط :
http://www.un.org/ar/events/coopsyear/about.shtml.

٤. راشـي ، طـارق (٢٠١٣) ، دور تبنـي مقاربـة المسـؤولية الاجتماعيـة فـي خلـق وتـدعيم ريـادة وتنافسية منظمات الاعمال ، ورقة بحثية طرحت بمـؤتمر المـؤتمر العلمـي العـالمي التاسـع للاقتصـاد والتمويـل الإسـلامي المنظم بعنـوان " النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي" ، في الفترة من ٩ : ١٠سبتمبر ٢٠١٣ اسطنبول ، تركيا.

5. World Business Council for Sustainable Development « WBCSD » (1999), Meeting changing expectations: Corporate social responsibility ,p 3

6. World Bank (2005), Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..-p1.

7. https://www.ISO.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en

8. European Commission. (2014). Corporate social responsibility. Retrieved August, 27 from http:/ec.e europa.eu/enterprise/ policies/ sustainable business /corporate-social responsibility /index_en.htm

9. Porter, M. & Kramer, M. (2006). Strategy & society: The Link Betwen competitive advantage and cor-

orate social responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78–92.

١٠. البكري ، ثامر ياسر (٢٠٠١) ، التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن ، الطبعة الأولى

١١. الغالبي ، طاهر محسن منصور و العامري ، صالح مهدي محسن (٢٠٠٥) ، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال : الأعمال و المجتمع" ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن

١٢. الغالبي ، طاهر محسن منصور(٢٠٠٩) ، إدارة وإستراتجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، ط١، دار وائل للنشر، عمان، ص: ٨٦ .

13. Lichtenstein, D.R., Drumwright, M.E., & Braig, B.M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits.Journal of Marketing, 68(4), 16-32. doi: http://-www.jstor.org/stable/30162013.

14. Bhattacharya, C.B., & Sen, S. (2-004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. California Management Review, 47-(1), 9-24.

15. Ferris, J.M. (1998). The role of the nonprofit sector in a self-governing society: A view from the United States. Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations,9(2), 137-151. doi: http:-//www.jstor.org/stable/27927604

١٦. عماد ، سعد (٢٠١٦) ، المسؤولية المجتمعية ومؤشرات الاستدامة (رؤية قطر الوطنية 2030أنموذج) ، المؤتمر الدولي العلمي الأول للمسؤولية المجتمعية : الواقع واستشراف المستقبل ، ٢٦: ٢٨ مارس ٢٠١٦ ، الدوحة ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، العدد الثاني ، ص ٣٥ : ٤٠ .

١٧. الحوري ، فالح عبد القادر و الزيادات ، ممدوح ، و عبابنه ، هايل (٢٠٠٨) ، ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية ، "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية" ، المؤتمر الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية تحت عنوان " إدارة منظمات الأعمال : التحديات العالمية المعاصرة " ، جامعة العلوم التطبيقية ، في الفترة من ٢٧ : ٢٩ نيسان ، ٢٠٠٩ .

18. Pride, M., William and Ferrell, C.O, (1997), Marketing concepts and strategies, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, P 65.
نقلاً عن : عبد السلام مخلوفي ، مرجع سابق.

19. Carroll , Archie (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business-Horizons, July. August.

20. Plazzi, Marcello and Starcher, George(2001), " Corporate social responsibility and business success", PP:2-11.

21. Dahlsrud, A. (2006), How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15, 1-13. doi:10.1002/csr.132

22. Chandler, D., & Werther Jr., W. (2014). Strategic corporate responsi-

bility : Stakeholders, globalization, and sustainable value creation. Los Angeles, CA: SAGE Publications, Inc.

٢٣. **راشي ، طارق (٢٠١٣)** ، مرجع سابق .

٢٤. **عباس ، سهيلة محمد والزاملي ، علي (٢٠٠٢)** ، الاثراء الوظيفي وساعات العمل المرنة ودورهما في تنمية الدوافع المرتبطة بالأداء ، مجلة علوم إنسانية ، السنة الرابعة ، العدد الواحد والثلاثون .

25. **Bossink, B. A. G. (2007).** Leadership for sustainable innovation. International Journal of Technology Management & Sustainable Development, 6, 135–149.

٢٦. **الكواري ، علي خليفة (٢٠٠٤)** ، الديمقراطية والتنمية في الوطن العربي ، سلسلة كتب المستقبل العربي (٣٠) ، ط ٣ ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ص ٧٧ .

٢٧. **الجبوري ، ظاهر محسن ((٢٠١٠)** ، مفهوم المواطنة لدى طلبة الجامعة ، دراسة ميدانية لطلبة جامعة حائل ، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية ، المجلد (١٨) ، العدد (١) ، ص ٢٧٠ : ٢٩٣ .

٢٨. **بدوي ، احمد زكي (١٩٨٢)** ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة لبنان ، بيروت ، ص ٦٠ .

٢٩. **الكواري ، علي خليفة (٢٠٠١)** ، المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية ، مشروع دراسات الديمقراطية في البلدان العربية ، ط (1)، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية .

٣٠. **ليلة ، علي (2007)** ، المجتمع المدني العربي" قضايا المواطنة وحقوق الانسان " ، ط 1، القاهرة ، مكتبة الانجلو.

٣١. **المحروقي ، ماجد بن ناصر بن حلفان (٢٠٠٨)** ، دور المناهج الدراسية في تحقيق أهداف تربية المواطنة ، (ورقة عمل مقدمة إلى ورشة عمل) المواطنة في المنهج المدرس ، وزارة التربية والتعليم مسقط ، عمان .

32. **Osler,A., and Starkey (2005),** Changing Citizenship: democracy and inclusive in education, Buckingham, Open university, UK.

نقلاً عن : قيرواني ، خالد (٢٠١١) ، الاتجاهات المعاصرة للتربية على المواطنة ، جامعة القدس المفتوحة ، علي الموقع:
http://www.qou.edu/arabic/researchProgram/researchersPages/khalidKerawani/r2_drKhalidKerawani.pdf

٣٣. **آل عبود ، عبد الله بن سعيد بن محمد (٢٠١١)** ، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الطبعة الأولى ، الرياض ، ص ٣٧ .

٣٤. **السيد ، عبد الفتاح جودة ، وإسماعيل ، طلعت حسينى (٢٠١٠)** ، دور الجامعة فى توعية الطلاب بمبادئ المواطنة كمدخل تحتمه التحديات العالمية المعاصرة ، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، كلية التربية جامعة الزقازيق، العدد ٦٦ ، الجزء الثاني ، ص ٣٠.

٣٥. **دسوقي ، كمال (٢٠٠٠)** ، الإجتماع ودراسة المجتمع ، مكتبة الإنجلو المصرية ، القاهرة ، ص ١١ .

٣٦. راتب ، نجلاء عبد الحميد (١٩٩٩) ، الانتماء الاجتماعي للشباب المصري : دراسة سوسيولوجية في حقبة الانفتاح ، مركز المحروسة للنشر ، القاهرة ، ص ٥٧.

٣٧. الرشيدي ، بشير صلاح وآخرون (٢٠٠٤) ، الموسوعة العلمية للتربية ، سلسلة الموسوعات العلمية، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي ، الكويت ، ص ٧٠.

٣٨. مكرم ، عبد الودود (٢٠٠٤) ، الاسهامات المتوقعة للتعليم الجامعي في تنمية قيم المواطنة ، مجلة مستقبل التربية العربية ، المركز العربي للتعليم والتنمية ، مجلد (١٠) ، عدد (٣٣) ، ص ٦٥ : ٦٦.

٣٩. الزير ، آمنة بنت أحمد والمقبل ، مشاعل بنت فهد (١٤٣٦ هـ) ، العمل التطوعي وقيم المواطنة لدى الشباب السعودي (دراسة ميدانية) ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية ، متاحة على الرابط:
http://qd.ksu.edu.sa/sites/scf.ksu.edu.sa/files/lml_lttwy_wqym_lmwtn_ld_lshbb_lswdy.pdf

٤٠. الأسكو " اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (٢٠٠٩) ، برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية ، الأمم المتحدة .

٤١. مون ، بان كي (٢٠١١) ، رسالة الأمين العام للأمم المتحدة في الستة الدولية للتعاونيات، على الرابط :
http://www.un.org/ar/sg/messages/2011/cooperativesday.shtml

٤٢. ليلة ، علي (٢٠٠٩) ، المسئولية الإجتماعية " تعريف المفهوم وتعيين بنية المتغير ، ورقة مقدمة الي المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية ، المؤتمر السنوي ٢٠٠٩ ، ص ٣٠ .

43. Lantos , Geoffrey P, (2001), The boundaries of strategic corporate social responsibility, Journal of Consumer Marketing, V. 18, Issue: 7, P: 595 – 632.

نقلاً عن : الزريقات ، خالد خلف سالم (٢٠١٢) ، أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد الواحد والثلاثون ، ص ٢٨١ : ٣٢٤ ..

٤٤. حريم ،حسين ، (٢٠٠٥) ، نظرة المديرين للمسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمة منظماتهم في تحملها ، بحث ميداني في عينة من المنظمات الصناعية الاستخراجية بالأردن ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، المجلد الثامن ، العدد الثاني ، عمان ، الاردن ، ص ٥٣

45. Ghoshal , M. (2006) Corporate Social Responsibilities, International Journal of Management and Sciences, vol.2 issues 1

٤٦. تمكين للاستشارات الإدارية والتنموية (٢٠٠٧) ، المسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم " دراسة استكشافية " ، جامعة لاند ، السويد.

٤٧. **الحوري ، فالح عبد القادر و الزيادات ، ممدوح ، وعبابنه ، هايل (٢٠٠٨)** ، مرجع سابق .

٤٨. **الحمدي ، فؤاد محمد حسين وجعبل ، ماجد مبخوت (٢٠٠٨)** ، مدى إدراك المدراء لمفهوم المسئولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها ، دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية ، بحث مقدم إلى " المؤتمر الأول للمسئولية الاجتماعية للشركات " مركز دراسات وابحاث السوق ، صنعاء ، في الفترة من ٢٩ : ٣٠ أكتوبر ٢٠٠٩ .

٤٩. **نوال ، ضيافي (٢٠٠٩)** ، المسئولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية ، مجلة التنظيم والعمل ، العدد الخامس ، ص ١ : ١٣.

٥٠. **السحيباني ، صالح (٢٠٠٩)** ، المسئولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية (حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية) ، ورقة عمل بالمؤتمر الدولي حول " القطاع الخاص في التنمية : تقييم واستشراف (٢٣ : ٢٥ مارس ٢٠٠٩) بيروت ، الجمهورية اللبنانية .

٥١. **سعيد ، سناء عبد الرحيم والباوي ، عبد الرضا ناصر (٢٠١٠)** ، الدور الاستراتيجي للمسئولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية) ، جامعة بغداد (كلية الإدارة والاقتصاد) ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، عدد ٣١ ، ص ٢٠٣ : ٢٤٨ .

٥٢. **ناجي ، عامله محسن أحمد (٢٠١١)** ، ادراك المستهلك العراقي للمسئولية الاجتماعية للشركات ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد (٢٨) ، ص ١١٥ : ١٤١ .

٥٣. **سكاك ، مراد (٢٠١١)** ، تدقيق المسئولية الاجتماعية للمؤسسات ، دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية سطيف " ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير ، العدد (١١) ، ص. ١٩٥ : ٢٢٠ .

٥٤. **دادن ، عبد الغفور ورشيد حفصي (٢٠١٢)**، المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسئولية الاجتماعية والبيئية ، المؤتمر العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح في الفترة من ٢٠ : ٢١ نوفمبر ٢٠١٢ ، ص ٤٠٤ : ٤١٩.

٥٥. **الزريقات ، خالد خلف سالم (٢٠١٢)** ، أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد الواحد والثلاثون ، ص ٢٨١ : ٣٢٤ .

٥٦. **حسين ، ليث سعد الله والجميل ، ريم سعد (٢٠١٢)** ، المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على اخلاقيات العمل ، مجلة بحوث مستقبلية ، كلية الحدباء ، مجلد ٣ ، عدد ٣٨ ، ص ١ : ٣٨ .

٥٧. **مخلوفي ، عبد السلام (٢٠١٢)** ، ورقة بحثية بعنوان " تأثير معايير المسؤولية

الاجتماعيـة علـى نشـاط الشـركات متعـددة الجنسـيات بـين الـواقع و المـأمول " ، الملتقـى الثالـث بعنـوان " منظمـات الأعمـال والمسـئولية الاجتماعية " ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلـوم التيسـير ، جامعـة بشـار ، فـي الفتـرة مـن ١٤ : ١٥ فبراير ، الجزائر

٥٨. راشي ، طارق (٢٠١٣) ، مرجع سابق .

٥٩. الأسرج ، حسين عبد المطلب (٢٠١٤) ، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية ، متاحـة علـي الموقـع: -http://mpra.ub.uni muenchen.de/54977/

60. Huang, Haifeng & Zhao, Zhenrui (2016), The influence of political connection on corporate social responsibility — evidence from Listed private companies in China, International Journal of Corporate Social Responsibility.

61. Faccio, M., Masulis, R. W., & Mcconnell, J. J. (2006). Political connections and corporate bailouts. Journal of Finance, 61(6), 2597–2635.

٦٢. وطفة ، علي أسعد (2003) ، نسق الانتماء الاجتماعي وأولياته في المجتمع الكويتي المعاصر: مقارنة سوسيولوجية في جدول الانتماءات الاجتماعية واتجاهاتها ، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، المجلد 29) (، العدد (108) كانون أول، الكويت.

٦٣. الشريدة ، خالد بن عبد العزيز (٢٠٠٥) ، صناعة المواطنـة في عالم متغير ، ورقة عمل مقدمـة إلـى: اللقـاء السـنوي الثالـث عشـر لقـادة العمـل التربـوي ، جامعـة القصـيم ، المملكـة العربية السعودية ، في الفترة من ٢٦ : ٢٨ / ١ / ١٤٢٦ هـ

٦٤. العصفور ، عثمان احمد (2009) ، الشعور بالمواطنة والعوامل التي تساعد على زيادتها في المجتمع الكويتي ، دراسة استطلاعية ، مكتب الإنماء الاجتماعي ، الكويت.

٦٥. كـاظم ، ثـائر رحـيم (٢٠٠٩) ، العولمـة والمواطنـة والهويـة ، مجلـة القادسـية فـي الآداب والعلـوم التربويـة ، العـدد (١) ، المجلـد (٨) ، ص ٢٥٣ : ٢٧٢ .

٦٦. محـارب ، سـعيد (٢٠١٠) ، المواطنـة فـي المجتمعـات الخليجيـة ، ورقـة بحثيـة بمـؤتمر المواطنـة الأول في الكويت ، في الفترة من ٢٠ : ٢١ فبراير ٢٠١٠ .

٦٧. الزير ، آمنة بنت أحمد والمقبل ، مشاعل بنت فهد (١٤٣٦ هـ) ، مرجع سابق .

٦٨. الأغا ، أحسان خليل والأستاذ، محمود حسن (٢٠٠٣) ، مقدمة في تصميم البحث التربوي ، ط٣ ، مطبعة الرنتيسي .

69. Carroll Archie B. (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business-Horizons, July. August,19-91.

70. Girffin, W., (1993) Management U.S.A 4th ed Houghton Mifflin Company

نقلاً عن : العريقي ، منصور محمد اسماعيل (٢٠٠٣) ، المسئولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية الخاصة من وجهة نظر المديرين ، دراسة

تطبيقية في القطاع الصناعي الخاص في اليمن ، جامعة الازهر بنات ، ع ٢١ .

71. **Maignan , Isabelle (2001),** Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison , Journal of Business Ethics V. 30, Issue 1, pp 57–72 .

٧٢. الغالبي ، طاهر محسن منصور، العامري، صالح مهدي محسن (٢٠٠٥)،المسؤولية الاجتماعيـــة وأخلاقيـــات الأعمـــال، دار وائـــل للنشر، عمان ، ص:٥٢.

٧٣. العتوم ، شفيق (٢٠٠٦) ، طرق الإحصاء " تطبيقات اقتصادية وإدارية باستخدام SPSS " ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.

٧٤. حمـود ، خضـير كـاظم و اللـوزي ، موسـى سـلامة (٢٠٠٨) ، منهجيـة البحـث العلمـي ، إثراء النشر والتوزيع ، عمان ، ص . ١٧٢