

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية (دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

محمد عقيل زائد¹، يوسف محمد أبوختالة²

¹أستاذ مشارك بقسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد، الجامعة الأسمرية الإسلامية، ليبيا

²محاضر بقسم العلوم الإدارية والمالية، كلية العلوم التقنية بمصراتة، ليبيا

المستخلص

هدفت الدراسة للتعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ويتمثل مجتمع الدراسة في المصارف الإسلامية الليبية، أما عينة الدراسة فتتمثل في فروع المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة وهي: (المصرف الإسلامي الليبي، مصرف الواحة، مصرف اليقين، مصرف النوران، مصرف الأندلس)، ووزعت (154) استبياناً، واستلمت منها (148) استبانة، وتم تحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وكانت أهم النتائج أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية (اتجاه المجتمع - اتجاه العاملين - اتجاه العملاء) وجودة الخدمات المصرفية (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية)، وتوصي الدراسة إدارات المصارف الإسلامية الليبية بزيادة الاهتمام أكثر بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بمختلف مجالاتها (اتجاه العاملين - اتجاه العملاء - اتجاه المجتمع) باعتبارها تؤثر في جودة الخدمات المصرفية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المصارف الإسلامية، جودة الخدمات المصرفية.

المقدمة

تواجه المصارف الإسلامية اليوم تحدياً كبيراً حيث تمارس عملها في بيئة سريعة التغير من كل النواحي الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتقنية، ومع ارتفاع مستوى الوعي لدى المجتمع أصبح من غير المعقول الوقوف عند الأهداف الاقتصادية لها دون تحقيق الأهداف الاجتماعية، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية مثل: جباية الزكاة، ودفعها لمستحقيها، وتقديم صيغ التمويل المناسبة، وتحسين وتقديم الخدمة وخلق فرص عمل، وحل مشكلة السكن والمواصلات وغيرها، ومن شأن بهذا الالتزام تزيد الآثار الإيجابية لنشاطات المصارف الإسلامية على المجتمع، فضلاً عن المساهمة في حماية وتنمية البيئة والمجتمع ورفع مستوى المعيشة للعاملين والعمل على الرقي بجودة الخدمات المصرفية المقدمة وتعتبر جودة الخدمات المصرفية التزاماً لتلبية رغبات العملاء المستمرة والمتزايدة،

ومسؤولية كل من إدارة المصرف والعاملين وبقدر ما تكون الخدمة المقدمة ممتازة ينعكس ذلك على سلوك العملاء وتمسكهم بالمصرف، إلا أن هذه التطورات في ظل المتغيرات الحديثة لا تخلو من مجموعة من التحديات، لعل أبرزها زيادة حدة المنافسة بين المصارف، الأمر الذي يدفعها لتطوير وتحسين خدماتها، وأصبح من الضروري أن يتم النظر إلى جودة الخدمات على أنها أمر ضروري لا يمكن الاستغناء عنه، ولم يعد يكفي مجرد الاهتمام بتقديم خدمة ذات جودة متميزة، وإنما يتطلب سعي الإدارة إلى الاهتمام بالعملاء واقتراحاتهم ومعرفة الانطباع العام عن الخدمات المقدمة، وتطوير جودة الخدمة والرقي بمستواها حتى تصل إلى التميز الذي تطمح إليه المصارف الإسلامية والمستفيدون منها .

مشكلة الدراسة:

إن المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية هي التزام المصرف بتطبيق القيم والأخلاق التي جاء بها الإسلام، ويكون ذلك بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي تعود بالنفع على الأفراد والمجتمع، فنجاح المصارف الإسلامية يتوقف على ما تقدمه للمجتمع من خدمات والتزامات اجتماعية عند ممارستها لأعمالها وأنشطته أو يمكن حصر الغرض الرئيسي لهذه الدراسة في ما إذا كانت المصارف الإسلامية الليبية تسعى إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية وقياس تأثير تطبيق المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها على جودة الخدمات المصرفية، ويمكن صياغة المشكلة البحثية في السؤال الرئيس التالي:

ما أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية؟

ويتفرع من السؤال الرئيس عدة أسئلة هي:

- 1- ما أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية تجاه العاملين على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)؟
- 2- ما أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية تجاه العملاء على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)؟
- 3- ما أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية تجاه المجتمع على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)؟

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف الإسلامية الليبية.

2- التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف الإسلامية الليبية.

3- التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف الإسلامية الليبية.

أهمية الدراسة:

- الأهمية العلمية: تسهم هذه الدراسة في إثراء الجهود البحثية حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها وتوضيح أثرها على جودة الخدمات المصرفية.

- الأهمية العملية: إن النتائج التي يتم التوصل إليها، والدور الذي يُنتظر من التوصيات والمقترحات النهائية يمكن أن يلعب دوراً مهماً في ترسيخ مضمين المسؤولية الاجتماعية لدى المصارف الإسلامية الليبية.

فرضيات الدراسة:

بناءً على المشكلة البحثية تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (اتجاه العاملين - اتجاه العملاء - اتجاه المجتمع) بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية).

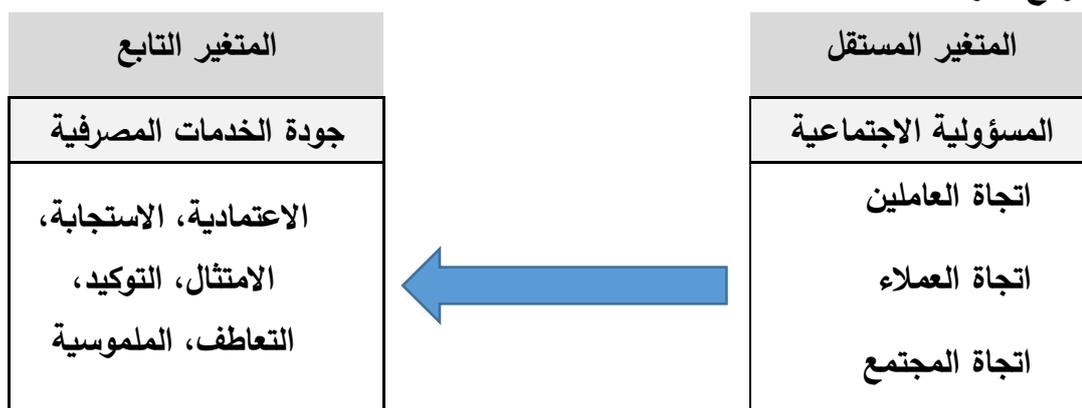
وتتدرج تحتها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية اتجاه العاملين على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية).

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية اتجاه العملاء على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية).

الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية اتجاه المجتمع على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية).

أنموذج الدراسة:



شكل 1: نموذج الدراسة (إعداد الباحثان بالاعتماد على الدراسات السابقة)

الدراسات السابقة:

- دراسة الزبير (2022): هدفت الدراسة إلى قياس أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية والتي تم قياسها من خلال عدد من الأبعاد هي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة)، واعتمدت الدراسة على الاستبانة للحصول على البيانات وتم توزيعها على عينة اختيرت بصورة عشوائية قسدية من الموظفين في بنك فيصل الإسلامي السوداني، وبلغت (60) مفردة بصورة عشوائية وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS.

وأهم نتائجها وجود علاقة وتأثير لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعمل على المساهمة في الخدمة الاجتماعية لتحسين صورة ودور البنك للاقتصاد والمجتمع.

- دراسة كاظم (2022): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية في رفع مستوى سمعة المصرف من خلال مؤشرات الأداء المالي، وقد أجريت الدراسة باختيار عينة من المؤسسات المصرفية الأردنية والكندية كانت سبعة مصارف أردنية هي (البنك الأردني الكويتي، بنك الاستثمار، البنك التجاري الأردني، بنك الأردن، بنك الإسكان، بنك القاهرة عمان، بنك المؤسسة العربية) وأربعة مصارف كندية تمثل القطاع الأجنبي وهي (TD bank, Scotia bank, Bmo Financial Group, Royal Bank, Group) (Bank)، أما المدة الزمنية للدراسة فكانت خمسة عشر عاماً للمدة (2005 - 2019)، ولقد استخدم تحليل علاقات الارتباط معامل الارتباط (Pearson) ومن خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط موجب بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية و عائد المساهمين والسعر إلى الربح، أما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية إلى القيمة الدفترية جاءت سالبة وذلك لأن مدفوعات المسؤولية الاجتماعية هي تكاليف تسجل على قيمة السهم الدفترية.

- **دراسة خوالدي (2021):** هدفت الدراسة إلى إبراز مدى قدرة المصارف الإسلامية على التوفيق بين تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وزيادة أرباحها، وكذلك التطرق إلى مختلف الصعوبات التي تواجهها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية، وذلك بوصف وتحليل العلاقة النظرية بين متغيرات الدراسة ولتحقيق الجانب النظري ثم إجراء دراسة تطبيقية على مستوى بنك البركة الجزائري للوقوف على واقع تحقيق هذه المعادلة، ومن أهم نتائجها أن اهتمام بنك البركة الجزائري بالمسؤولية الاجتماعية واجب تفرضه أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية، حيث أسهم هذا الاهتمام في التقليل من بعض المظاهر والمشاكل الاجتماعية بالإضافة إلى أنها اكتسبت سمعة حسنة ساعدته على جذب رؤوس أموال واستثمارات أكثر، وهذا ما أسهم في زيادة أرباح البنك رغم وجود صعوبات.
- **دراسة الديراوي (2019):** هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء والتعرف على دور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال تطبيق أسلوب العينة القصدية من طلاب السنة الأولى جامعة الأقصى البالغ عددهم (1235) طالباً و(3171) طالبة، وقد أجري البحث على عينة قوامها (353) تم استرداد (353) استبانة بمعدل استجابة (100%)، ومن أهم النتائج التي قدمها البحث: وجود علاقة إيجابية بين جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاجتماعية، الأخلاقية، الخيرية، البيئية) وولاء العملاء مع تأكيد جودة الخدمة المدركة كوسيط ومعزز للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء.
- **دراسة بونقاب، ولزھاري (2019):** جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، وتم أتباع المنهج الوصفي التحليلي لكونه ملائماً لغرض المفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، ومنهج الدراسة وهي بصدد دراسة واقع المسؤولية الاجتماعية في مجموعة البركة المصرفية، وتوصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام المصرف بتطبيق القيم والأخلاقية التي جاء بها الإسلام، ووجود دوراً رائداً في مجال المسؤولية الاجتماعية لمجموعة البركة المصرفية، ويظهر ذلك جلياً في برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية والاستدامة (2016-2020)، حيث استطاعت المجموعة من خلاله نفع المجتمعات التي تعمل فيها في شتى الميادين.
- **دراسة نجم (2019):** هدفت الدراسة إلى معرفة أهمية الممارسات التي تقوم بها المصارف الإسلامية في مجال المسؤولية الاجتماعية على صورة المصرف الذهنية وقدرتها على جذب الزبائن وتمت دراسة حالة بنك الشام، وكانت عينة الدراسة تتألف من (120) استبانة موزعة على مجتمع الدراسة، وهو زبائن بنك الشام الإسلامي وتم استخدام الأساليب الإحصائية في برنامج (SPSS) وذلك لتسهيل عرض وتحليل المعلومات الواردة من الاستبانات، وأوصي الباحث من خلال الدراسة بأنه يفضل للمصارف الإسلامية

تبني سياسات جديدة ومبتكرة في مجال المسؤولية الاجتماعية وخصوصاً فيما يخص توفير فرص العمل والقرب أكثر من المجتمع لمعرفة متطلباته ومعالجتها حسب درجة أهميتها، حيث إن الأزمة أفرزت الكثير من المشاكل المجتمعية التي يمكن للمصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية تقديم الدعم لحلها أو التخفيف منها.

- **دراسة رزكار، وآخرين (2018):** هدفت هذه الدراسة إلى تقديم نظرة للمصارف عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى اهتمام المصارف بمجالات المسؤولية الاجتماعية وممارستها وتحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية للمصارف وفوائدها وتطبيقها، ووزعت (40) استبانة على عينة الدراسة المكونة من المصارف التجارية في محافظة السليمانية وإدارة كرميان، وتم استخدام برنامج (Spss) لتحليل البيانات، ونتيجة الدراسة كانت أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية تهم جميع النواحي الحياة الاجتماعية وهو ما يحقق التنمية الاقتصادية للمجتمع المتوازنة والمستدامة وبالرغم من وجود مؤشرات على اهتمام المصارف التجارية بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن المبالغ التي تساهم بها المصارف التجارية للخدمات الاجتماعية قليلة ومعروف أنه من العوامل الهامة لنجاح المصارف أن تكون مرتبطة ارتباطاً عضوياً ببيئتها الاجتماعية. وأن المصارف الأكثر إحساساً ببيئتها الاجتماعية كانت أكثر ربحية في المدى الطويل وأوصت الدراسة بضرورة تطبيق (تبني) المسؤولية الاجتماعية من قبل المصارف التجارية من خلال القوانين والتشريعات، والاستفادة من تجارب المصارف الأخرى، وضرورة وجود إدارات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية داخل المصارف التجارية.

- **دراسة مسعودي، ونصيرة (2017):** هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تبني المصارف الإسلامية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بجميع مجالاتها اتجاه العاملين، اتجاه المجتمع، اتجاه العملاء، اتجاه البيئة ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة مجموعة من التقارير الخاصة بالبنك الإسلامي الأردني، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن البنك الإسلامي الأردني يتبنى المسؤولية الاجتماعية بمختلف مجالاتها، ومن أجل تحقيق الرفاهية والتنمية الاقتصادية في المجتمع أوصت الدراسة بضرورة وضع المصارف لخطط سنوية منظمة واضحة الأهداف لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية الشاملة لجميع الأفراد والعملاء والمجتمع من خلال تطوير مهارات الموظفين ووضع برامج توعية لحماية البيئة والقيام بدعم برامج التنمية الاجتماعية.

الإطار النظري:

1- المصارف الإسلامية:

انتشرت المصارف الإسلامية في أغلب البلدان العربية تلبية لمتطلبات وتطلعات الأفراد التي أدركت خطورة النظام الربوي الذي تنشأ عليه المصارف التقليدية، والمصرف الإسلامي كأى مصرف له موارد

داخلية وموارد خارجية، يسعى إلى تمتيتها من خلال استثمارها بأساليب مختلفة، بحيث تهدف إلى تحقيق الربح الذي تسعى إليه كل المصارف بالإضافة إلى تحقيق التكافل الاجتماعي، مع مراعاة عدم انحراف هذه المصارف عن أحكام الشريعة الإسلامية التي تتميز بها. ويعرف المصرف الإسلامي بأنه " مؤسسة مصرفية هدفها تجميع الأموال والمدخرات من كل من لا يرغب في التعامل بالربا (الفائدة)، والعمل على توظيفها في مجالات النشاط الاقتصادي المختلفة، وتوفير الخدمات المصرفية المتنوعة للعملاء بما يتفق مع الشريعة الإسلامية ويدعم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع" (البجراح، 2021، 20) وتعرف كذلك بأنها "مؤسسات مالية نقدية، تسعى إلى تعبئة الموارد وتوظيفها في مشاريع تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، ملتزمة في ذلك بعدم التعامل بالربا أخذاً أو عطاءً ومحقة التنمية الاقتصادية والرفاهية للمجتمع" (بشير، 2013، 11). وكما عرفت أيضاً بأنها "مؤسسة مالية تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية في كل أنشطتها الاستثمارية والخدمية من خلال دورها كوسيط مالي بين المدخرين والمستثمرين، وتقدم الخدمات المصرفية في إطار العقود الشرعية" (للموز، سعيد، 2014، 10).

2- خصائص المصارف الإسلامية:

تتمتع المصارف الإسلامية بخصائص عديدة، ومن أهمها (المسحال، 2020، 61):

أ- **استبعاد التعامل بالفائدة:** بما أن الفائدة التي تتعامل بها المصارف التجارية هي عبارة عن ربا، فقد كانا إلزاماً على المصارف الإسلامية عدم التعامل بها، لأنها محرمة حيث إن تعاملات المصارف الإسلامية مضبوطة بأحكام الشريعة الإسلامية.

ب- **تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع:** إن المصارف الإسلامية لا تتاجر بالنقود، فلا تقترض ولا تقرض النقود، وإنما تقدم تمويل عيني لا مجال لاستخدامه إلا في المجال التي منح من أجله، وبذلك تسهم في تحريك النظام الاقتصادي من خلال استثمارات حقيقية، حيث تكون العلاقة بين المصرف وعملائه قائمة على أساس المشاركة وليس على أساس الدين.

ج- **التمسك بالقاعدة الذهبية:** وهي قاعدة الحلال والحرام، فالمصارف الإسلامية تعمل على أن تكون معاملاتها المصرفية خالية من كل ما يخالف أحكام الشريعة الإسلامية، مع الالتزام التام بالتوجيهات الإسلامية الأخرى والتي تتمثل في:

- **قاعدة الغنم بالمغرم:** أي أنه يستحق الربح بقدر الاستعداد لقبول المخاطر.
- **إخضاع عمل المصارف الإسلامية للرقابة الشرعية:** وهي مطابقة أعمال المصرف الإسلامي لأحكام الشرعية الإسلامية حسب المعايير الشرعية.

• **تحقيق التكافل الاجتماعي:** ويتحقق ذلك من خلال تمويل الأنشطة الاجتماعية التي تهدف إلى رفع مستوى التعاون الإيجابي والمشاركة الهادفة بين المواطنين، ومن أهم هذه الخدمات تقديم القروض الحسنة وإدارة صندوق الزكاة.

3- المسؤولية الاجتماعية:

شهد العقد الماضي نمو الأنشطة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للمصارف، إذ إن موازنة عمليات المصارف مع القيم الاجتماعية هي صناعة متطورة، فمع تزايد ضغوطات المنظمات أصبح دور المصارف لا يقتصر على تحقيق الأرباح والمصالح الخاصة فقط بل تتعدى ذلك إلى تحقيق مصالح المجتمع الذي تعمل به، حيث تلتزم المصارف بالمسؤولية الاجتماعية لكي تحافظ على تطورها وسمعتها واستمرارية تقديم خدماتها للمجتمع. (عواد، 2021، 73).

وعرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام المؤسسة بمسؤوليات متعددة كالاقتصادية والقانونية ثم الأخلاقية وهي أنماط السلوك التي لا يتضمنها القانون، ولكنها مطلوبة من المؤسسات في علاقاتها الاجتماعية مع المجتمع كالأمانة مع الزبائن والعاملين والحرص على المصلحة العامة للمجتمع في أعمالها ثم المسؤوليات المتنوعة كأنشطة البرامج التدريبية ودعم البرامج التعليمية والبحوث، والمساهمة في تطوير وتحديث بعض المناطق في المجتمعات المحلية" (كريم، 2006، 98).

كما عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها "جميع المحاولات التي تسهم في تطوع المؤسسات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانوناً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم" (وهيبة، 2018، 273).

4- مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية:

تعمل المصارف الإسلامية على تحقيق التنمية وفق الشريعة الإسلامية، ولذا فإن الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية للمصارف ينبع من الإيمان بمسؤوليتهم في تحقيق الأهداف الشرعية، وذلك بتداول الأموال والعمل على توظيفها في خدمة الأفراد والمجتمع في الأنشطة المباحة. (عواد، 2021، 73) ويمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية بأنها: "التزام تعبدي أخلاقي تقوم على إدارة المصارف الإسلامية بالمساهمة في تكوين وتحسين وحماية رفاهية المجتمع ككل ورعاية المصالح والأهداف الاجتماعية لأفراده عبر صياغة الإجراءات وتفعيل الطرق والأساليب الموصلة لذلك، بهدف رضا الله سبحانه وتعالى والمساهمة في إيجاد التكافل والتعاون والتقدم والوعي الاجتماعي، وفي تحقيق التنمية الشاملة" (فايدي، 2019، 166).

5- مجالات المسؤولية الاجتماعية:

من مجالات المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية ما يلي:

المجال الأول: العاملين

وبقصد به تأثير أنشطة المصارف على الأفراد العاملين فيها كموارد بشرية وتساهم بصورة قوية في تحقيق أهدافها، أي أنها تتمثل في الأنشطة التي تعمل على تحسين ظروف العاملين بشكل عام كتقديم العلاج مجاناً وتحسين بيئة العمل، وتقديم وسائل الأمن، ويمثل هذا المجال مجال داخلي للمسؤولية الاجتماعية، كما يندرج من ضمن هذا المجال ما هو متعلق بالموارد البشرية كما يلي (حبيب، 2011، 27):

- إتاحة الفرص المتكافئة للعاملين للترقية.
- عقد البرامج التدريبية للعاملين لرفع المستوى المهني وتحقيق رضا العاملين.
- المحافظة على صحة العاملين بتحسين بيئة العمل.
- توفير التدريب الداخلي والخارجي والصرف على استكمال الدراسات العليا للعاملين المتفوقين وذلك تعزيزاً لمهارتهم الفنية والإدارية.
- دفع التأمينات الاجتماعية عن العاملين للحصول على مرتب تقاعد مناسب.
- وضع نظام للمكافآت.
- مساعدة العاملين في الحصول على سكن صحي.
- منح العاملين هدية لتأدية بعض المناسك الدينية كالحج والعمرة.
- وضع نظام للبرامج الرياضية.

المجال الثاني: البيئة

وهي مجموعة الأنشطة الاجتماعية التي تهدف إلى الحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة الشركة لنشاطها الذي يؤثر على البيئة، والمحافظة على الموارد الطبيعية، ويمكن اختصارها في الآتي (مسعودي، نصيرة، 2017، 39):

- الالتزام بالقانون فيما يتعلق بمسببات تلوث الهواء أو المياه أو الضوضاء.
- تخفيف التلوث إلى أدنى حد ممكن بالتخلص من المخالقات بطريقة آمنة.
- استخدام مصادر الطاقة والموارد الطبيعية بطريقة رشيدة وإيجاد مصادر بديلة لها.

المجال الثالث: خدمة المجتمع

وقد يسمى هذا النوع من مجالات المسؤولية الاجتماعية بالمساهمات العامة للمؤسسة، وتشمل كل النشاطات التي تهدف إلى تحقيق الرفاهية للعاملين وللمجتمع، ويندرج ضمنها ما يلي (بولهام، 2015، 47):

- رفع مستوى المؤسسات التعليمية.
- دعم مؤسسات الرعاية الصحية.
- دعم المراكز الثقافية.
- المساهمة في شق الطرقات.
- العمل على توفير وسائل المواصلات للعاملين.
- تدعيم البرامج التي تحد من الأوبئة والأمراض.
- المساهمة في إنشاء مساكن وتنفيذ برامج الإسكان للعاملين.
- المساهمة في توفير الإعاشة لغير القادرين مالياً.
- المساهمة في رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة.

بالإضافة إلى مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق النفع للناس بشكل عام كتشغيل ذوي الاحتياجات الخاصة وفتح مجال التدريب أمام طلبة الجامعات ، وإقامة دور لرعاية أطفال الحي، ودعم المستشفيات، ودعم الأعمال الإنسانية وكل هذا بهدف التنمية ورفع مستوى الرفاه الاقتصادي. (كاظم، 2022، 31).

المجال الرابع: العملاء

ويتمثل في كل ما يقوم به المصارف للرفي بخدماتها المصرفية، تجاه العملاء بأعلى مستوى جودة لتلبية رغباتهم وميولهم وصولاً إلى رضاهم، وكذلك تقديم منتجات بمواصفات عالية، وتقوم المصارف بإجراء استطلاع رأي حول توجهات العملاء وآرائهم بخصوص المنتجات والخدمات المقدمة أو محتملة التطوير وتعد معلومات هامة لاتخاذ القرارات المناسبة من قبل متخذي القرار بالمصارف (المبيضين، الظراوي، 2015)

6- جودة الخدمات المصرفية:

إن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات له أثر كبير على العالم ككل، وعلى السوق العالمية بشكل خاص، والتي تشمل المصارف، فكان لا بد من تطوير الأنظمة المتبعة في السوق العالمية ومنها المصارف وذلك بمواكبة التطور والاستجابة للأنماط الاستهلاكية للعملاء ورغباتهم، فإنه يجب اتباع

الأساليب التكنولوجية الحديثة في الإدارة لمواجهة تلك التحديات وذلك عن طريق تطوير جودة الخدمات المصرفية بحيث تتيح استخدام الموارد بشكل أفضل وتحقيق الميزة التنافسية بين المصارف والمؤسسات. (رضوان، 2020، 47)

تعتبر الجودة مقياساً يدل على مدى توافق الخدمة المقدمة مع توقعات العملاء، وأنها تصمم حسب رغبة العميل وليس رغبات مقدمي الخدمة، لذلك يجب تحديد احتياجات ورغبات العملاء بكل دقة (نموشي، 2015، 34).

وتعد جودة الخدمة معيار لدرجة لموائمة الأداء الفعلي مع التوقعات التي يتطلع إليها العملاء في الخدمة المقدمة لهم، وهي العنصر الأساسي لمنافسة المؤسسات، فالاستجابة الموفقة والفعالة لاحتياجات العملاء تسمح للمؤسسات بتحقيق رضا العملاء (الرياضي، 2016، 11).

وعُرفت جودة الخدمة المصرفية بأنها هي دراسة احتياجات عملاء المصرف ورغباتهم من مصادر المعلومات المتوفرة و العمل على تحقيق هذه الرغبات وفق موارد المصرف وإمكانيته ومتابعة تطور وتنوع وتجدد هذه الرغبات (العربي، دزاير، 2015، 17).

7- أبعاد جودة الخدمات المصرفية: تتمثل أبعاد جودة الخدمات المصرفية في الأبعاد التي يبني عليها العملاء توقعاتهم، وهي (عطاوي، 2015، 42):

1. الاعتمادية: وهي الالتزام بتقديم الخدمة وفق مواعيد دقيقة، وتقديم المصارف الخدمات وفق آلية محددة يجب مراعاتها عند تقديم الخدمة وحل المشكلات، فالمصارف تحتاج إلى أن تكون مدركة لتوقعات العميل في الاعتمادية.

2. الملموسية: تشير الملموسية إلى إظهار التسهيلات المادية، المعدات، مظهر الأفراد، وسائل الاتصال... الخ، أو النظر في طريقة تسليم الخدمة والوقت المستغرق في ذلك، عليه يجب أن تهتم المصارف بعوامل متعددة، منها مظهر المصرف ونظافته، معاملة العملاء بلطف، وتخطيط وترتيب أماكن تقديم الخدمة بحيث تترك انطباعاً جيداً لدى العملاء.

3. الاستجابة: تعني وجود الرغبة واستعداد الإدارة لمساعدة العملاء وتقديم الخدمات فوراً، يركز هذا البعد على المجاملة واللطف، في التعامل مع طلبات العميل بالرد على الأسئلة، والشكاوى ومشاكل الخدمة، وتقاس الاستجابة للعميل من خلال طول الوقت الذي ينتظره للمساعدة، (إجابات الأسئلة، الاهتمام بالمشاكل) وكذلك المرونة والقدرة على تقديم خدمة تلبي احتياجات العميل وفق المدة المحددة

4. الاهتمام والتقدير: يعني توافر صفات اللباقة والأدب في شخصية مقدم الخدمة، وكذلك القبول والمودة والصدق مع العملاء، حتى يبني علاقات مبنية على الاحترام مع العملاء مما يؤدي إلى سهولة الاتصال معهم وتفهم العملاء لعمل مقدم الخدمة.

5. الثقة والتوكيد: أي كسب الثقة العملاء والتوكيد هو معرفة المستخدمين بشكل جيد والكياسة، فهذا البعد يمثل أهمية واضحة للخدمة التي يدركها العميل، كالتي تتضمن مخاطرة عالية. أو هو شعور بعدم التأكد بخصوص قدرته على تقديم منافعها أو مخرجاتها كالخدمات المصرفية وخدمات التأمين، وخلق وكسب الثقة ويمكن أن يتجسد بالذي يربط العميل بالمصرف، ففي بعض الخدمات المصرفية يهدف المصرف لبناء الثقة والولاء من العملاء (الزاير، 2017، 10).

المنهجية: إجراءات الدراسة والأدوات

للتعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية (تجاه العاملين- تجاه العملاء- تجاه المجتمع) على جودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)، ونظرا لأهمية الدراسة فقد تم تخصيص هذه الجزئية لتوضيح الخطوات المنهجية التي تم اتباعها للقيام بالجانب العملي للدراسة.

1- منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك عن طريق جمع البيانات بإحدى وسائل جمع البيانات وهي (استمارة الاستبيان)، وتحليلها باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة.

2- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي المصارف الإسلامية الليبية، أما عينة الدراسة فتتمثل في فروع المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة، وقد تم توزيع (154) استبانة على (5) فروع وهي (المصرف الإسلامي الليبي، مصرف الواحة، مصرف اليقين، مصرف النوران، مصرف الأندلس)، والجدول التالي يوضح توزيع الاستبانة على عينة الدراسة.

جدول 1: يبين توزيع الاستبانات الموزعة والمسترجعة

م	اسم المصرف	الموزع	المسترجع	نسبة المسترجع
1	المصرف الإسلامي الليبي	52	51	98%
2	مصرف الواحة	20	20	100%
3	مصرف اليقين	40	38	95%
4	مصرف النوران	33	30	91%

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

م	اسم المصرف	الموزع	المسترجع	نسبة المسترجع
5	مصرف الأندلس	9	9	%100
	المجموع	154	148	%96

3- التحليل الوصفي لخصائص المتعلقة بالبيانات الشخصية:

جدول 2: يبين تحليل خصائص المشاركين في الدراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة	الفئة السائدة
الجنس	ذكر	125	%84.5	ذكر
	أنثى	23	%15.5	
العمر	أقل من 30 سنة	96	%64.8	أقل من 30 سنة
	من 31 سنة إلى 35 سنة	22	%14.8	
	من 36 سنة إلى 40 سنة	10	%6.8	
	من 41 سنة إلى 45 سنة	10	%6.8	
	من 46 سنة إلى 50 سنة	5	%3.4	
	من 51 سنة فأكثر	5	%3.4	
المستوى التعليمي	دكتوراه	1	%0.7	بكالوريوس
	ماجستير	10	%6.8	
	بكالوريوس	111	%75	
	دبلوم عالي	15	%10.1	
	دبلوم متوسط	11	%7.4	
التخصص العلمي	محاسبة	94	%63.5	محاسبة
	تمويل ومصارف	19	%12.8	
	اقتصاد	6	%4.1	
	إدارة أعمال	15	%10.1	
	أخرى	14	%9.5	
المسمى الوظيفي	مدير	4	%2.7	موظف
	نائب مدير	1	%0.7	
	مساعد مدير	3	%2	
	رئيس قسم	28	%18.9	
	موظف	112	%75.7	
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	116	%78.3	أقل من 5 سنوات
	من 6 سنوات حتى 10 سنوات	10	%6.8	
	من 11 سنة حتى 15 سنة	9	%6.1	
	من 16 سنة حتى 20 سنة	5	%3.4	
	من 21 سنة فأكثر	8	%5.4	
	الإجمالي	148	%100	

من الجدول السابق يتبين أن أغلبية مفردات عينة الدراسة من فئة الذكور بعدد (125) مفردة وبنسبة 84.5% من إجمالي العينة، وأن أغلبهم من الفئة العمرية أقل من 30 سنة بعدد (96) بنسبة 64.8%، وبمستوى تعليمي بكالوريوس بعدد (111) بنسبة 75%، وبغالبية تخصص محاسبة بعدد (94) بنسبة 63.5%، وبمسمى وظيفي موظف بعدد (112) بنسبة 75.7%، وبخبرة في مجال عملهم أقل من 5 سنوات بعدد (116) وبنسبة 78.3%، لأن المصارف الإسلامية حديثة الإنشاء.

4- صدق وثبات أداة الدراسة:

لقياس الصدق وثبات الاستبيان سوف نستخدم معامل ألفا كرنباخ وكان كالاتي:

جدول 3: يبين قيمة معامل ألفا كرنباخ لجميع محاور الاستبيان

المحور	عدد الفقرات للمحور	قيمة معامل ألفا كرنباخ
المسؤولية الاجتماعية	27	0.761
جودة الخدمات المصرفية	46	0.709
الاستبيان ككل	73	0.847

من خلال النتائج الواردة بالجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل ألفا كرنباخ مناسبة للدلالة على صدق وثبات أداة الدراسة وملاءمتها للدراسة ويعد معامل ألفا كرنباخ مقبول إذا زاد عن 70% (تيسير 2023)

5-دراسة وتحليل بيانات الدراسة:

وقد صيغت جميع عبارات الاستبانة بصورة إيجابية، وأعطى لكل عبارة على إجابتها وزن مدرج على نمط سلم ليكرت الخماسي، وتتنحصر هذه الإجابات وفق هذا المقياس كما في الجدول التالي:

جدول 4: معدل مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

ولتحديد مستوى الموافقة وفق مقياس ليكرت الخماسي فإنه يتم اعتماد المتوسط المرجح للرتب كما في الجدول التالي:

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

جدول 5: الرتب والمتوسطات المرجعية لفقرات الاستبانة

البيان	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الرتبة	5	4	3	2	1
متوسط المرجح	4.2 - 5	3.4 - 4.2	2.6 - 3.4	1.8 - 2.6	1 - 1.8

• المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:

تمت دراسة هذا المحور في مجتمع الدراسة عن طريق عينة الدراسة لدراسة الفرضية التي تنص على أنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين) وتم دراسة هذه الفرضية لكل فقرة من فقرات الاستبيان الخاصة بهذه الفرضية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وكانت النتائج كما بالجدول رقم (6).

جدول 6: يبين نتائج التحليل الإحصائي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
توجد رؤية واضحة لدى إدارة المصرف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.	3.777	0.87925	موافق
يوفر المصرف بيئة العمل المناسبة للموظفين.	3.953	0.80250	موافق
يساوي المصرف بين جميع العاملين في الرواتب والحقوق والواجبات حسب الدرجة الوظيفية.	3.460	1.09033	موافق
يقدم المصرف الحوافز والمكافآت المناسبة لتقدير جهود العاملين ومكافئة الأداء الجيد.	3.331	1.10280	محايد
يتوفر في المصرف فرص الترقية العادلة بناءً على مستوى الأداء المستهدف لكل فرد.	3.453	1.12688	موافق
يقدم المصرف فرص التدريب للموظفين بغض النظر على مسؤولياتهم الإدارية.	3.568	1.04434	موافق
يقدم المصرف جزءاً من الرعاية الصحية المناسبة لجميع العاملين من خلال تحمل جزء من نفقات العلاج لهم ولأسرهم.	3.932	0.99428	موافق
يقدم المصرف الخدمات الاجتماعية للعاملين كالرحلات السياحية (الحج والعمرة) والنشاطات الترفيهية.	2.527	1.29597	غير موافق
يقدم المصرف إعانات للموظفين على شكل منح ومكافآت وقرض حسن في الأعياد والمناسبات.	3.716	1.03043	موافق

لدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الخاصة به تم إجراء اختبار T لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (7).

جدول 7: يبين نتائج اختبار t لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

العدد	الوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
N	Mean	Std. Deviation	P-value
9	3.747	0.76376	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن مستوى الدلالة (P -value) أقل من (0.05) وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من (3.4) مما يدل أن درجة الموافقة تميل أغلبها نحو الموافق وبذلك يمكن القول إنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين).

• المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء:

تمت دراسة هذا المحور في مجتمع الدراسة عن طريق عينة الدراسة لدراسة الفرضية التي تنص على أنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء) وتم دراسة هذه الفرضية لكل فقرة من فقرات الاستبيان الخاصة بهذه الفرضية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وكانت النتائج كما بالجدول رقم (8).

جدول 8: يبين نتائج التحليل الإحصائي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء

العبرة	الوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
يحرص المصرف على توظيف الأموال في مجالات الاستثمار ذات الصبغة الإسلامية.	3.838	0.88105	موافق
يوفر المصرف خدماته لعملائه بشفافية ونزاهة.	4.041	0.68887	موافق
يهتم المصرف بشكاوى العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة.	4.088	0.78184	موافق
يلتزم المصرف بقول الحقيقة للعملاء والصدق في التعامل معهم في كل الحالات والأوقات.	4.149	0.70339	موافق
يحترم المصرف الفروقات الفردية بين العملاء وذلك بعدم تقسيمهم إلى مجموعات مثلاً: النوع، العرق، وغيرها.	4.047	0.91350	موافق
ينمي المصرف الوعي المصرفي السليم بين العملاء.	3.960	0.81548	موافق
يهتم المصرف بتمويل عملائه من أصحاب المهن والحرف وصغار التجار.	3.473	0.99280	موافق
يحافظ المصرف على أمن وسلامة معلومات العملاء وأموالهم وكل العمليات	3.924	0.64560	موافق

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

المالية المرتبطة بهم.			
موافق	3	0.78700	4.115
يستفيد العملاء من كل التقنيات الحديثة التي يوفرها المصرف.			

ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الخاصة بهذا التساؤل تم إجراء اختبار T لعينة واحدة وOne Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (9).

جدول 9: يبين نتائج اختبار t للمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء

العدد	الوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
N	Mean	Std. Deviation	P-value
9	3.976	0.67091	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن مستوى الدلالة (P -value) أقل من (0.05) وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من (3.4) مما يدل أن درجة الموافقة تميل نحو الموافق وبذلك يمكن القول أنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء).

• المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:

تمت دراسة هذا المحور في مجتمع الدراسة عن طريق عينة الدراسة لدراسة الفرضية التي تنص على أنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع) وتم دراسة هذه الفرضية لكل فقرة من فقرات الاستبيان الخاصة بهذه الفرضية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وكانت النتائج كما بالجدول رقم (10).

جدول 10: يبين نتائج التحليل الإحصائي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

العبرة	الوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
تتوافق رسالة المصرف وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع.	4.047	0.87547	موافق
يعمل المصرف على تقليل الفجوة بين فئات المجتمع من خلال التبرعات والقرض الحسن.	3.297	1.09084	محايد
يسهم المصرف في تعزيز قيم روح المواطنة بالمشاركة في الاحتفالات بالأعياد الوطنية والأعياد الدينية.	3.608	0.98032	موافق
يقوم المصرف برعاية الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية والجمعيات الخيرية.	3.270	0.95899	محايد
يسهم المصرف في حل مشكلة البطالة بتكوين فرص عمل لأفراد المجتمع.	3.784	0.98658	موافق

اتجاه العينة	ن	الانحراف المعياري	الوسط	العبارة
موافق	4	0.98795	3.601	يتعاون المصرف مع الجامعات والمعاهد العليا لتوفير فرص تدريب للطلبة وإجراء أبحاث على المصرف.
محايد	6	0.97212	3.297	يدعم المصرف المشروعات الصغرى والمتوسطة من خلال تقديم التمويل المناسب.
محايد	9	1.16437	2.865	يساعد المصرف أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية.
موافق	5	0.95831	3.500	يقوم المصرف بفتح حسابات تبرعات للهيئات والمؤسسات الخيرية.

لدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الخاصة بهذا التساؤل تم إجراء اختبار T لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (11).

جدول 11: يبين نتائج اختبار T لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط	العدد
P-value	Std. Deviation	Mean	N
0.000	0.72688	3.774	9

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن مستوى الدلالة (P -value) أقل من (0.05) وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من (3.4) مما يدل أن درجة الموافقة تميل أغلبها نحو الموافق وبذلك يمكن القول أنه (يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع).

• جودة الخدمات المصرفية:

تمت دراسة هذا المحور في مجتمع الدراسة عن طريق عينة الدراسة لدراسة الفرضية التي تنص على أنه (تتحقق جودة الخدمات المصرفية من حيث الاعتمادية، الاستجابة، الامتثال، التوكيد، التعاطف، الملموسية) وتم دراسة هذه الفرضية لكل فقرة من فقرات الاستبانة الخاصة بهذه الفرضية التحليل باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وكانت النتائج كما بالجدول رقم (12).

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

جدول 12: يبين نتائج التحليل الإحصائي لجودة الخدمات المصرفية

العبرة	الوسط	الانحراف المعياري	رتبة	اتجاه العينة
الاعتمادية				
يقدم المصرف خدماته بدون أخطاء تقريباً.	3.818	0.84142	11	موافق
يؤدي المصرف خدماته في الوقت المحدد دون تأخير في الغالب.	3.953	0.65293	7	موافق
يؤدي المصرف خدماته بدون انقطاع يذكر.	3.804	0.91591	12	موافق
يعمل المصرف على حل مشاكل العملاء المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر.	3.993	0.62266	6	موافق
لموظفي المصرف القدرة على تقديم الخدمات بسهولة ويسر.	4.000	0.68014	5	موافق
يقدم المصرف خدماته بشكل متميز في الغالب.	4.014	0.62799	3	موافق
ينجز المصرف الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.	3.885	0.81252	9	موافق
يقدم المصرف نصائح في اختيار الخدمة الملائمة للعميل.	4.020	0.75114	2	موافق
يقدم المصرف مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية المتنوعة.	4.007	0.74228	4	موافق
يتوفر لدى المصرف موظفون ذو كفاءة عالية.	4.155	0.72574	1	موافق
يقوم المصرف بالوفاء بما وعد به.	3.939	0.91269	8	موافق
أسعار الخدمات المقدمة عادلة ومقبولة	3.831	0.79444	10	موافق
الاستجابة				
تصل جهود المصرف الترويجية للزبائن بشكل مؤثر.	3.804	0.71580	7	موافق
تهتم إدارة المصرف بشكاوى واستفسارات العملاء.	3.899	0.76256	6	موافق
موظفي المصرف على استعداد تام لتقديم المساعدة.	4.155	0.63581	1	موافق
يتوفر عدد كافي من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء.	3.696	0.93065	8	موافق
يرد المصرف على طلبات الزبائن بشكل مريح.	4.081	0.71441	4	موافق
يساعد تصميم المصرف على تقديم الخدمات بسهولة.	4.081	0.74243	5	موافق
يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم المصرف وبدون تجاوز.	4.155	0.76232	2	موافق

العينة	رتبة	الانحراف المعياري	الوسط	العبارة
موافق	3	0.63898	4.142	يتميز المصرف بسرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه.
الامتثال				
موافق	4	0.61194	4.115	عند تقديم العميل لأي استفسار شرعي حول الخدمات المقدم فإن المصرف يتجاوب معه بشكل سريع.
موافق	6	0.70339	4.149	يتميز المصرف بدقة العمل وعدم ارتكاب الأخطاء التي تتناقض مع الشريعة الإسلامية.
موافق بشدة	1	0.64813	4.250	شعور العملاء بالأمان أثناء تعاملهم مع المصرف الإسلامي.
موافق	8	0.74243	3.919	تتميز خدمات المصارف الإسلامية بتنوع كبير لتلائم الاحتياجات المختلفة المتنوعة للعملاء.
موافق	3	0.81942	4.189	هناك التزام بالسلوك الإسلامي. من قبل موظفي المصرف
موافق	5	0.75334	4.155	يظهر المصرف بتصميم ذو طابع إسلامي.
موافق	7	0.74228	4.007	يسهم المصرف في التعريف بالمعاملات الإسلامية.
موافق بشدة	2	0.83805	4.243	لا يقبل المصرف التعامل بأموال مصدرها غير شرعي.
التوكيد				
موافق بشدة	2	0.81860	4.210	أسعار الخدمات المقدمة واضحة.
موافق بشدة	3	0.68967	4.203	توافر التجهيزات في المصرف والتقنيات اللازمة للزبائن.
موافق بشدة	1	0.68646	4.392	يحافظ المصرف على خصوصية المعاملات.
موافق	5	0.84884	3.797	ينشر المصرف تقارير واضحة عن الأنشطة الاستثمارية التابعة له.
موافق	4	0.75337	4.176	يوضح المصرف مميزات الخدمات المصرفية الإسلامية.
التعاطف				
موافق	7	0.74995	4.095	يراعي المصرف في تقديم خدماته التعليمات الضرورية لتحديد الأسعار بالطريقة الإسلامية.
موافق	5	0.65885	4.122	يضع المصرف مصلحة العملاء من ضمن أولويات عند تقديم الخدمة.
موافق جداً	2	0.61826	4.230	يبدي الموظف النصيحة الصادقة للزبائن.
موافق	3	0.56804	4.176	يتوفر لدى المصرف بيئة ذاتية اجتماعية قائمة على الاحترام والود.
موافق	4	0.69060	4.162	يعرف العاملون في المصرف مصلحة الزبون ويسعون لتحقيقها.

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
يلقى الزبون اهتماماً شخصياً في تعامله مع المصرف.	4.054	0.68793	موافق
ينشر المصرف معلومات تساعد العملاء على الاختيار بين ما يحتاجه من خدمات.	4.108	0.64031	موافق
يوفر المصرف ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن.	4.284	0.86536	موافق بشدة
الملموسية			
التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز.	4.318	0.72878	موافق بشدة
يستخدم المصرف معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة.	4.216	0.87707	موافق بشدة
التصميم الداخلي للمصرف يوفر جواً مريحاً لك.	4.196	0.96651	موافق
يهتم المصرف بالنظافة والإضاءة والتكييف.	4.291	0.75821	موافق بشدة
مواقع المصرف المختلفة في المدن مناسبة للعملاء ويمكن الوصول إليها بسهولة.	4.027	0.83255	موافق

و لدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الخاصة بهذا التساؤل تم إجراء اختبار T عينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (13).

جدول 13: يبين نتائج اختبار t لمحور جودة الخدمات من حيث الاعتمادية

العدد	الوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
N	Mean	Std. Deviation	P-value
46	4.154	1.08045	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن مستوى الدلالة (P -value) أقل من (0.05) وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من (4.154) مما يدل أن درجة الموافقة تميل نحو الموافق، وبذلك يمكن القول أنه (تتحقق جودة الخدمات المصرفية من حيث الاعتمادية).

5- دراسة فرضيات الدراسة:

لاختبار صحة الفرضيات تم استخدام تحليل الارتباط والانحدار الخطي البسيط واختبارات المعنوية (Simple Linear Regressions analysis) لمعرفة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، تم استخدام برنامج (SPSS) وكانت النتائج كما بالجدول رقم (14)، (15):

جدول 14: معاملات الارتباط بين المتغيرات

جودة الخدمات المصرفية		المتغيرات
الدلالة	الارتباط	
0.002	0.255	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين
0.000	0.288	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء
0.000	0.402	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع
0.000	0.445	المسؤولية الاجتماعية

من خلال النتائج الواردة بالجدول السابق نجد أن معاملات الارتباط بين محاور المتغير المستقل والتابع موجبة ودالة إحصائياً فهذا يدل أن هناك علاقة طردية بين المتغيرات وبذلك يمكن القول إنه (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ لتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية على جودة الخدمات المصرفية).

جدول رقم 15: نتائج اختبار معامل الانحدار البسيط لمتغيرات الدراسة

مستوى المعنوية p-value	قيمة F	معامل التحديد R Square	معامل الارتباط R	القيمة الاحتمالية (Sig)	قيمة (t) المحسوبة	معامل الانحدار (B)	المسؤولية الاجتماعية
0.002	10.150	0.065	0.255	0.000	13.776	3.198	الثابت
				0.002	3.186	0.193	اتجاه العاملين
0.000	13.240	0.083	0.288	0.000	10.624	2.932	الثابت
				0.000	3.639	0.249	اتجاه العملاء
0.000	28.162	0.162	0.402	0.000	11.687	2.713	الثابت
				0.000	5.307	0.321	اتجاه المجتمع
0.000	36.039	0.198	0.445	0.000	9.862	2.452	الثابت
				0.000	6.003	0.392	المسؤولية الاجتماعية

ويتضح أن جميع قيم معامل الارتباط كانت دالة احصائيا وموجبة مما يدل على وجود علاقة طردية، وبدراسة معنوية معالم نموذج الانحدار نجد أن مستوى المعنوية p-value أقل من 0.05 مما يدل على معنوية معالم نموذج الانحدار، وبهذا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل والذي ينص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية (اتجاه العاملين - اتجاه العملاء - اتجاه المجتمع) بالمصارف الإسلامية الليبية وجودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية - الاستجابة - الامتثال - التوكيد - التعاطف - الملموسية).

النتائج:

1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية اتجاه العاملين وجودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية-الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية).

2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية تجاه العملاء وجودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية-الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية).

3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية تجاه المجتمع وجودة الخدمات المصرفية من حيث (الاعتمادية-الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية).

4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية وجودة الخدمات المصرفية

التوصيات:

1- على إدارات المصارف الإسلامية الليبية زيادة الاهتمام أكثر بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بمختلف مجالاتها (اتجاه العاملين- اتجاه العملاء- اتجاه المجتمع- اتجاه البيئة) باعتبارها تؤثر في جودة الخدمات المصرفية.

2- ضرورة الاهتمام بتطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية (الخيرية- الاجتماعية- الأخلاقية- البيئية) لتحقيق ولاء العملاء وتأكيد جودة الخدمة، وتعزيز العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء.

3- وضع الخطط السنوية وواضحة الأهداف لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية شاملة لكافة مجالاتها.

4- إقامة الدورات التدريبية للعاملين لزيادة خبراتهم في تقديم الخدمات المصرفية، ووضع البرامج لحماية البيئة من خلال التوعية بمخاطرها، وتدعيم التنمية الاجتماعية.

المصادر والمراجع:

- الجباح، عبد الرحمن . (2021). الرقابة الشرعية ودورها في تطوير المصارف الإسلامية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سونان أمبيل الإسلامية الحكومية، سورابايا، ماليزيا.
- الديراوي، أيمن حسن ،(2019). الدور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء.، مجلة الاقتصاد والمالية، 5 (2)، ص 5-25.
- الزبير، زحل . (2022). أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية. مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، 18(1)، ص 147-165.
- الرياضي، . (2016). أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي.. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء، الزرقاء، الأردن.
- الزايز، أمال .(2017). أثر جودة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر.
- السبيعي، بدر . (2019). المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية الكويتية الواقع والمأمول. مجلة روح القانون، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 2 (88)، ص 2-28.
- الشواربي، محمد عبدالحميد (2002). إدارة المخاطر الائتمانية من وجهتي النظر المصرفية والقانونية. منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر.
- المواز، سعاد وسعيد، فاطمة . (2014). دور البنوك الإسلامية في إرساء المسؤولية الاجتماعية في الدول الإسلامية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، الجزائر.
- المببطين، طارق و الظهراوي، محمد سامي. (2019) أثر إفصاح شركات قطاع الصناعات الاستخراجية والتعدينية المدرجة في بورصة عمان لأوراق المالية عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للقطاع. مجلة مركز صالح عبدالله كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر، 19(55)، ص 181-222.
- بشير، . (2013). محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- بولهام، محمد. (2015). واقع وأفاق الإفصاح الاجتماعي في الجزائر دراسة حالة قطاع الاتصالات. أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة الجزائر، الجزائر.
- بونقاب، مختار، ولزهاري، زاويد . (2019). تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية. المجلة الدولية للدراسات الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية، ع (1)، ص 1-18.

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية

(دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة)

تيسير، محمد. (2023). ما هو معامل ألفا كورنباخ. مؤسسة المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث. تم الاسترداد بتاريخ (2024/1/20) من [HTTPS://BLOG.AJSRP.COM/?P=32068](https://blog.ajsrp.com/?p=32068)

رزكار، علي، وآخرون. (2018)، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين نوعية الخدمات المصرفية. مجلة جامعة السلمانية، 1(2)، ص 117-137.

رضوان، هديب. (2020). دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المؤسسي. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

عواد، محمد. (2021). أثر المسؤولية الاجتماعية في ربحية المصارف الإسلامية. المجلة الأردنية، مركز أبحاث فقة المعاملات الإسلامية، ع (111)، ص 73-120.

فايدي، كمال. (2019). مدى تبني وتطبيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية في الجزائر. مجلة معارف، مج 14(3)، ص 161-184.

كاظم، حوراء. (2022). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة المصرف عبر مؤشرات الأداء المالي. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد، كربلاء، العراق.

كريمان، فريد. (2006). المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي. دار النهضة العربية، مصر.
مسعودي، أحلام، ومناد، نصيرة. (2017). دور المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، جامعة يحيى فارس - المهدية، الجزائر.

نموشي، هناء. (2015). تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

وهيبة، سليمان. (2018). المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية. مجلة البشائر الاقتصادية، 4(2)، ص 270-279.

The impact of applying social responsibility in libyan islamic banks on the quality of banking services

Mohmed Akeel Zeid¹, Yousef Mohammed Abuokhatala²

¹Department Finance and banking, Faculty of economics, Asmarya Islamic University, Libya

² Department Administrative and financial sciences, College of technical sciences, Misrata, Libya

Abstract

This study aimed at identifying the impact of applying social responsibility in Libyan Islamic banks on the quality of banking services, the study used the descriptive analytical method. The population of study comprises Libyan Islamic banks, and the sample formed from branches of Islamic banks operating in Misurata city, which are (Libyan Islamic Bank - Waha Bank, Yaqeen Bank, Nuran Bank, and Al-Andalus Bank). (154) questionnaire forms were distributed, (148) forms collected and analyzed using SPSS program. The results were as follows: There is no statistically significant effect between the application of social responsibility in Libyan Islamic banks (towards society - employees - customers) and the quality of banking services (reliability - responsiveness - compliance - assurance - sympathy - tangibility). The study recommends that the administrations of Libyan Islamic banks to pay more attention to applying social responsibility with its various aspects (towards employees - customers - society - the environment) as it affects the quality of banking services.

Keywords: Social responsibility, Islamic banks, Quality of banking services.