

أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين

د . مجيد مصطفى عثمان منصور

أستاذ التسويق المشارك

الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين

كلية العلوم الإدارية والمالية / قسم التسويق

Majeed.mansour@aauj.edu

00970599676270

د . اياد يوسف دلبح

الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين

كلية العلوم الإدارية والمالية / قسم إدارة الأعمال

idalbah@aauj.edu

ملخص

هدفت الدراسة الى بيان أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين، وقد اجريت الدراسة على الموظفين العاملين في البنوك الإسلامية في المحافظات في الضفة الغربية في نابلس وطولكرم وجنين، حيث بلغ عدد افراد مجتمع الدراسة (142) موظفا، وتم استعمال عينة الدراسة مكونة من (46) موظفا، تم اختيارها بالطريقة العشوائية الطبقية، ومن اجل تحقيق هدف الدراسة، طور الباحث الاستبانة كأحد أدوات البحث، تكونت من مجموعة من الفقرات التي بحثت في أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين، ويتضح من نتائج الدراسة بان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ معامل الارتباط 95% وهو معامل ارتباط قوي ودال احصائيا، كما تبين نتائج الدراسة بان المسؤولية الاجتماعية تفسر 90% من التباين في جودة الخدمات المصرفية، وهي دالة عند مستوى (0.01). ويفسر الباحث هذه النتيجة كون المسؤولية الاجتماعية هي نتاج طبيعي لاهتمام البنوك الإسلامية بفكرة تطبيق الشريعة الإسلامية في المعاملات، وهي شريعة سمحها توضع الانسان قبل قبل فكرة المال، وتتسم بكونها خاضعة لقوانين لا يمكن ان يتم تبديلها او التلاعب بها.

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

The Impact Of The Adoption Of Social Responsibility Concept On The Banking Services Quality In Islamic Banks In Palestine

Dr. Majeed Mansour

Arab American University/Palestine

Dr . Iyad Dalbah

Abstract :

The study aims to demonstrate the impact of the adoption of social responsibility concept on the banking services quality in Islamic banks in Palestine. The study is conducted on in the Islamic banks employees in West Bank in governorates of in Nablus, Tulkarm and Jenin. the study population included a (142) employees, the researcher selected a stratified random sample consisting of (45) employees. in order to achieve the goal of the study, researcher developed a questionnaire consisted

of paragraphs that measures the impact of the adoption of social responsibility concept on the banking services quality in Islamic banks in Palestine. the results of the study reveal that there is a statistically significant relationship at the significance level (0.05) between social responsibility and banking services quality with a correlation coefficient of 95%, which indicates a strong correlation. CSR explain 90% of the variance in the of banking services quality. The researcher explains this result in the fact that social responsibility is a natural product of interest in the idea of Islamic banks to apply Islamic law in banking transactions and services , characterized by being subject to the laws cannot be altered or manipulated.

Key words: social responsibility, quality of banking services, Islamic banking

مقدمة الدراسة

كان الربح من اهم أولويات المنظمات الاقتصادية التي تسعى الى تحقيقه، وقد اسس الادارة الاقتصادية الكلاسيكية ترى بان أي جهد تقوم به المنظمة الاقتصادية خارج هذا النطاق يحتسب ضمن قائمة النفقات التشغيلية التي لا تقيم حسب دورها في تعظيم الربح للمنظمة، واستمر هذا النهج حتى ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتي اعتمدت في فلسفتها على النظرية الاخلاقية والتي تشير الى ان أي كيان، سواء كان منظمة أو فرد، يقع على عاتقه العمل لمصلحة المجتمع ككل (Harris, 2001).

وتطور هذا المفهوم في إطار المنظمات الاقتصادية في منتصف الخمسينيات الى ان أصبح ضمن النشرات المالية التي تصدرها الشركات، بحيث بدأت منظمات الأعمال في إظهار مسؤولياته الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة استراتيجياتها والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح. فضلا عن إبرازه عبر مسميات مختلفة إذ تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها المساءلة الاجتماعية، الأخلاق المنظمة، المواطنة المنظمة، والالتزامات المنظمة، وقد ظهرت له الكثير من التعريفات الا ان جميعها تتشابه في انها تعرفها على ان إحساس المنظمة بالمسؤولية تجاه المجتمع والبيئة سواء الاجتماعية او البيئية، فهي تعبر من خلالها على مواطنها، من خلال مساعدة المجتمع والحد من تلوث البيئة، وأيضا في في المساهمة في البرامج الاجتماعية والتعليمية للمجتمع، وأيضا في تعظيم عوائدها وصورتها وادائها الفعلي (Aguilera, 2008).

وقد أكد العديد من الباحثون على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية مثل الأعمال الخيرية، بحيث أصبحت تعد إستراتيجية كونها تجلب منافع كثيرة للمنظمة كزيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية وأيضا في تعزيز جودة الخدمات المصرفية للمنظمة (Margolis & Walsh ، 2003) وترتبط المسؤولية الاجتماعية باطار جودة الخدمات ارتباطا وثيقا، فالمرتكزات الأساسية للجودة الشاملة تعد ذات أهمية كبيرة في إطار التطبيق العملي لها في مختلف المؤسسات الإنسانية العاملة وتتمثل هذه المنطلقات الفكرية بالتركيز على العميل ، وإدارة القوى البشرية والمشاركة والتحفيز ونظام المعلومات والتغذية الراجعة والعلاقة بالموردين وتوكيد الجودة والتحسين المستمر والتزام الإدارة العليا والقرارات المبنية على الحقائق والوقاية من الأخطاء وإدارة الجودة استراتيجيا والمناخ التنظيمي وإدارة العمليات وتصميم المنتج (محمود، 2003).

جودة الخدمات تعتمد على تطبيق أساليب متقدمة في الجودة وتهدف للتحسين والتطوير المستمر وتحقيق أعلى المستويات الممكنة في الممارسات والعمليات والنواتج والخدمات وتأسيسا على ما سبق فان هذه الدراسة تأتي لتقييم اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين.

مشكلة الدراسة:

في ظل الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في فلسطين حيث انها مازالت قضية جدلية، إذ ينظر للمسؤولية الاجتماعية من زاويتين متعاكستين تماما: الأولى ترى ان المسؤولية الاجتماعية ليست مرتبطة بالإنتاجية بل تؤثر سلبا على القيمة الربحية للمساهمين، اما الزاوية الثانية فتتظر الى المسؤولية الاجتماعية على انها تزيد من جودة الخدمات التي تقدمها المنظمات بشكل عام عبر تعزيز صورتها الذهنية في المجتمع وتشجيع حضورها، فضلا عن انها حماية ذاتية للمنظمات في ظروف الازمات وتظهر أهمية هذا الموضوع بالنسبة للمجتمع والاقتصاد الفلسطيني وحيث إن المصارف الإسلامية تتمتع بمزايا خاصة بها فيما يخص بالالتزامها بالمبادئ الشرعية الإسلامية، والتي تعتبر الموروث الثقافي للمجتمعات الإسلامية، ولديها استثمارات كبيرة في

الاقتصاد الفلسطيني والعالمي، وتبدي للباحث دراسة اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين.

اسئلة الدراسة:

ومن اجل توضيح مشكلة الدراسة يمكن اثاره التساؤلات التالية:

1. ما مدى تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية في فلسطين؟
2. ما اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية (الاستجابة، الامتثال، الاعتمادية، التوكيد، التعاطف، الملموسية) في المصارف الإسلامية في فلسطين؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الاساسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية (الاستجابة، الامتثال، الاعتمادية، التوكيد، التعاطف، الملموسية) في المصارف الإسلامية في فلسطين.

أهمية الدراسة

يمكن اجمال اهمية الدراسة في الاتي:

1. تكتسب الدراسة اهميتها من الأهمية المتزايدة لهذا الموضوع الذي أعيد التركيز عليه بقوة في عالم منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها وأحجامها، بحيث يدعم هذا الموضوع التوجه المستقبلي للمنظمات قيد البحث في بذل المزيد إزاء مسؤولياتها الاجتماعية.
2. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية قطاع المصارف الإسلامية الذي يعد من أكبر القطاعات إسهاما في الاقتصاد الفلسطيني إلى جانب حجم الخدمات التي يقدمها لشريحة كبيرة من المجتمع الأمر الذي كان حافزا لهذه الدراسة لاختيار مثل هذا القطاع.
3. الأهمية النظرية والميدانية التي يمكن أن تسهم نتائج البحث فيها سيما في تعويض النقص الكبير في هذين الموضوعين على مستوى العالم العربي بشكل عام وفلسطين بشكل خاص.
4. تتبع أهمية هذه الدراسة من إمكانية وضع متخذي القرارات في المصارف الإسلامية المبحوثة في ما تتوصل إليه الدراسة من نتائج وتوصيات، تسهم في مساعدتهم في تصور سياسات وبرامج أكثر رقيا وملائمة ومواكبة لبيئة الأعمال الحالية.

مفاهيم الدراسة:

المسؤولية الاجتماعية: هي " مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وانشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الاخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الاخذ بعين الاعتبار توقعات (Castka & Balzarova, 2007)

مفهوم جودة الخدمات: اختلف تعريفات الخدمة بشكل عام، ومفهوم جودة الخدمة بشكل خاص، فجودة الخدمة من جانب مقدم الخدمة تتمثل في مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعية، أما جودة الخدمة من منظور المستفيد فهي موازنة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته (سلمان، 2013).

بينما يرى (Wright & Christopher, 2002) جودة الخدمة على أنها درجة الرضا التي يمكن أن تحققها الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق إشباع وتلبية حاجاتهم و رغباتهم وتوقعاتهم، ويعرفها حمود (2002) بأنها "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين .

وفي تعريف Stupak & Leitner, 2000 لجودة الخدمة: " توقع احتياجات الزبون الحالية والمستقبلية، وترجمة هذه الاحتياجات الى سلعة او خدمة مفيدة وقابلة للاعتماد، ويجاد النظام الذي ينتج السلعة او الخدمة بأقل سعر ممكن. وهذا ما يمثل قيمة جديدة للزبون والارباح بالنسبة للمنظمة". (الصرن، 2007).

ويمكن إجمال مفهوم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء على انها قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العمل، فنقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية إن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء". (الزامل وآخرون، 2012).

ومن هنا فإنه ينظر الى جودة الخدمة المصرفية على انها ذات قيمة استراتيجية، وان دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بالزبائن واكتساب ولأهم للمصرف لأطول فترة ممكنة، بالإضافة الى جذب زبائن جدد الى المصرف وتطوير العلاقات بين الزبون والمصرف وتخفيض التكاليف وزيادة الارباح والحصة السوقية وجعل الاداء المصرفي ذا مستوى عالي. وتتمثل المزايا التي تحققها جودة الخدمة للمصرف في تحقيق الميزة التنافسية

ومواجهة الضغوط التنافسية من المصارف الأخرى، وتخفيض التكاليف بسبب انخفاض الأخطاء في المعاملات المصرفية، الحصول على أسعار وعمولات أكبر، زيادة قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد ، وبيع خدمات مصرفية جديدة، وجعل الزبائن بمثابة مندوبي مبيعات للمصرف من خلال اقتناع الزملاء والأقارب على التعامل مع المصرف.

العوامل التي تحدد جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية من وجهة نظر العملاء كما حددها (Payane,1991)، هي :

الملموسية: حيث يتم تقييم جودة الخدمات المصرفية من قبل العميل في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة، والإفراد، ووسائل الاتصال) التابعة للمصرف)، فالمصرف الذي يمتلك صرافا ألياً او معدات لتدقيق وحساب النقد، او لا يمتلك ابسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء (أجهزة التكييف أو الإضاءة الكافية او المقاعد أو الطاولة الخ) ستكون نتيجة تقييم خدماته سيئة من قبل العميل، وتعرف الملموسية على انها التسهيلات المادية المرتبطة بتقديم الخدمة وتشمل المرافق المادية والمعدات ومظهر الموظفين، وفي هذا البعد يتم قياس المقومات والتسهيلات المادية المتاحة في المؤسسة، وتتضمن أربعة أبعاد تقيس التجهيزات من الأجهزة والمعدات والأثاث والديكور والإضاءة ومظهر العاملين (الشويعر : 2005) ، (سلمان، 2013).

الاستجابة: ويعني الى مدى استعداد و رغبة المصرف في تقديم المساعدة للعملاء، والرد على استفساراتهم، والسرعة في تقديم الخدمة التي يحتاجون إليها، والمساهمة في حل مشكلات العملاء المحددة، من خلال استعداد ورغبة مدير المصرف مثلاً، في لقاء عميل معين لديه مشكلة عاجلة تتطلب مساعدته وتدخله لحل هذه المشكلة. وتعنى الاستجابة لطلب العملاء في تقديم الخدمة السريعة عند اللزوم، وفي هذا البعد يتم قياس الجهوزية لدى العاملين لتقديم الخدمات الفورية لطلبها، ويتم التركيز هنا على المقدرة الفعلية لدى العاملين على تقديم الخدمة فعلاً في سرور ورحابة ودون تذمر من تقديم تلك الخدمات (سلمان، 2013).

الامان: ويعني خلو المعاملات التي تتم بين العميل والبنك من الخطورة والشك، مثل ما درجة الأمان لاستخدام العميل لصراف الآلي. وتعنى قدرة العاملين على بث الثقة والطمأنينة في نفوس العملاء أي متلقو الخدمة ، ويتم التركيز في هذا البعد على قياس مقدرة العاملين على بث الطمأنينة في نفوس العملاء حين طلب الخدمة والحصول عليها.

الاعتمادية: تشير الاعتمادية على قدرة المصرف على انجاز أداء الخدمة الموعدة بشكل دقيق يعتمد عليه. فالعميل يتطلع لان يقدم له المصرف خدمة دقيقة، من حيث الوقت والسرية والانجاز، وان يعتمد على المصرف في هذا المجال بالذات. فالاعتمادية تعنى القدرة على أداء الخدمة الموعودة بثقة ودقة، وفي هذا البعد يتم قياس مقدرة العاملين على تأدية الخدمة بدقة في الموعد المقرر وبجودة ترضي طالب الخدمة من حيث الوقت المحدد ونوعية الخدمة المقدمة له.

التعاطف: وهي التي تعبر عن درجة العناية بالعميل و رعايته، والاهتمام بمشكلاته، وإيجاد حلول لها بطرق راقية. بقصد بها التعاطف والرعاية ، والاهتمام الفردي الذي تبديه المؤسسة تجاه العملاء من خلال الموظفين فيها ، وقدرة الموظفين على إظهار اللباقة والدمائة والاحترام لطلبي الخدمة ، وفي هذا البعد يتم التركيز أيضا على قياس ملائمة الجو العام داخل المؤسسة لاحتياجات المستفيدين بالنسبة لساعات العمل. (الزامل وآخرون، 2012).

التوكيد: حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية الى تحقيق معايير جودة الخدمات من خلال ممارسة الإجراءات والأساليب التي تضمن لها الوفاء بهذه المعايير، والتأكد المستمر من تحقيق المستويات المنشودة، وفي ضوء ذلك تحرص المؤسسات على أن تضع نظاما داخليا لضمان الجودة، وتقييم أدائها بصورة دورية، وإعداد خطة التحسين والتطوير في ضوء نتائج التقييم الذاتي، وذلك تمهيدا للتقييمات الخارجية التي تستهدف تقديم المؤسسة للمساءلة من أجل مزيد من تطوير الأداء المدرسي، وتتمثل معايير مجال توكيد الجودة والمساءلة (سلمان، 2013).

الامتثال: يتضمن مفهوم الامتثال في المؤسسات الاقتصادية مجموعتين من المستويات، الأولى تشمل القواعد والأنظمة الخارجية التي تفرضها الجهات الرقابية والإشرافية المنظمة عموماً، مثل الجامعات والهيئات الدولية والمحلية المتخصصة بالأنشطة المتنوعة وتنظيم القطاع، سواء المالي أو الاقتصادي والصناعي أو التجاري وهكذا، والمستوى الثاني هو الامتثال للأنظمة الداخلية للمراقبة والإشراف من قبل المؤسسة المالية نفسها لتحقيق الامتثال للقواعد المفروضة من الخارج، خاصة قواعد دمج إدارات الحوكمة والمخاطر والجودة والامتثال مع

الأخذ بالاعتبار أن عدم الامتثال يؤدي للتعرض لمخاطر السمعة والغرامات والعقوبات التي تؤدي بالطبع إلى الخسائر المالية والمعنوية (فوزي، 2015).

البنوك الإسلامية ودورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية:

ونظرا لتمائل الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية والبنوك الإسلامية، يسعى كل منهما الى التميز في طبيعة الخدمات المصرفية التي يقدمها، فالتنافس في تقديم افضل الخدمات والاعمال المصرفية هدفا رئيسيا تسعى اليه الكثير من البنوك وبذلك اصبحت ضرورة استثمار الخدمات المصرفية في التنمية وتميزها هي من المعايير الاساسية لنجاح وبقاء البنوك واستمرارها في السوق وزيادة ربحيتها، وتعتبر ابعاد الابتكار والابداع والمشاركة في المعرفة عناصر هامة في التأثير على قدرة الموظفين في البنك على تقديم الخدمة المناسبة للعملاء، كما يعبر بعد اخلاقيات العمل عنصرا بالغ الاهمية على تأكيد الثقة المتبادلة بين الموظف والعميل وبين الموظف والبنك الذي يعمل (سويدان وحداد، 2003).

وفي فلسطين فقد بدأت البنوك أعمالها وخدماتها بعد تأسيس سلطة النقد الفلسطينية عام (1994) وأصدرا قانون البنوك الإسلامية الفلسطينية عام 2000، بعد ان سمحت اتفاقية باريس بإعطاء تراخيص لإنشاء بنوك ولذلك فان المؤسسات والمنظمات المصرفية تركز بشكل كبير على القوانين الصادرة عن سلطة النقد ، والتي تسعى الى الاهتمام بتعزيز التنمية في فلسطين، اذ ان الكثير من البنوك الفلسطينية تقدم خدمات مصرفية واعمال متشابهة من حيث نوعيتها وطبيعتها. وتحتاج المصارف إلى تحقيق التنمية المتصفة بالإبداعية والمرونة، اذ يتوقع من هذه البنوك أن تقدم الدعم الأساسي للعمليات التي تتحقق من خلالها هذه التنمية، وأن يتحمل المسؤوليات الإضافية لتحديد وتعزيز الاستعداد القيادي لدعم الموظفين، وعليه أن ينشر القيادة ويدعم ممارستها بين أعضاء المجموعة التي تعمل معه (حربي، 2010).

في حين ان البنوك الإسلامية، تمارس معظم أنواع التمويل والاستثمار الإسلامية المتعارف عليها من عقود المرابحة، المشاركة، والمضاربة، والإجارة. وبمعنى أكثر تفصيلا هي، مؤسسات مالية لا تتعامل بالفائدة أخذا أو عطاء ولها مفهومها الخاص عن المعاملات المصرفية فهي تقبل الودائع تحت الطلب والودائع الادخارية والاستثمارية طبقا لمبدأ المشاركة في الربح " وليس بمعدل ثابت" حدد مسبقا" كما تقوم بتمويل الغير في ظل مبدأ المشاركة في الربح" وليس بمعدل ثابت محدد مسبقا" أو في ظل أنواع أخرى من التمويل" المرابحة والمضاربة" وهي التي تختص في تمويل التجارة والزراعة والصناعة والعقارات لأي آجال طبقا لهيكل استحقاقات أموالها. ويوجد الآن بنكان إسلاميان يمارسان نشاطهما في فلسطين.

عقب انفاقيه أو سلو وما أعقبها من تحولات سياسية على الساحة وتوقيع اتفاقيات ثنائيه وبخاصة برتوكول باريس الذي منح السلطة الفلسطينية وفق ما نصت عليه المادة الرابعة الحق في تأسيس سلطة نقد فلسطينيه تعمل كسلطة تنظيميه ورقابية للأنشطة المصرفية في فلسطين، فقد أسست سلطة النقد الفلسطينية في (1994/12/1) لتأخذ على عاتقها تنظيم وإدارة الجهاز المصرفي ، وتلا افتتاح سلطة النقد تزايد الطلب على افتتاح البنوك حيث تمت الموافقة على افتتاح ستة بنوك جديدة لها 24 فرعا وبنهاية عام 1995 أصبح عدد البنوك العاملة في فلسطين 14 بنكا ولها 57 فرعا منها 3 بنوك وطنيه لها 14 فرعا أي ما نسبته 24.6% إجماليا عدد الفروع العاملة في فلسطين و 11 بنكا أجنبية ولها 75.4% من إجمالي عدد الفروع العاملة في فلسطين واستمر عدد البنوك في الارتفاع فبعد أن كان الجمالي عدد البنوك عام 2006 يصل إلى 22 بنك ولديها 153 فرع (ماس ، 2006). ثم وصل عدد البنوك في عام 2017 إلى 18 وذلك بعد اندماج بعض تلك البنوك مع بنوك أخرى، منها 10 بنوك وافده وجميعها بنوك تقليديه و 8 بنوك محليه من ضمنها بنكان إسلاميان، وتعمل هذه البنوك من خلال 226 فرعا ومكتب موزعه على جميع محافظات الضفة وقطاع غزة وتنقسم إلى (162 فرع ومكتب مصرفي ومكتب نقد)، إما في محافظة نابلس فيوجد بها 10 بنوك تعمل من خلال 24 فرع ومكتب (سلطة النقد الفلسطينية).

والجدول التالي يوضح عدد البنوك العاملة في فلسطين والمتنوعة ما بين بنوك محلية وبنوك إسلامية وبنوك وافدة

الرقم	اسم البنك	عدد الفروع والمكاتب
البنوك المحلية		
1	بنك فلسطين	46
2	بنك الاستثمار الفلسطيني	13

3	البنك التجاري الفلسطيني	6
4	بنك القدس	21
5	بنك الرفاه والتمويل للمشاريع الصغيرة	6
6	البنك العربي الفلسطيني الاستثمار	1
البنوك المحلية الإسلامية		
7	البنك الإسلامي العربي	10
8	البنك الإسلامي الفلسطيني	15
البنوك الوافدة		
9	بنك القاهرة عمان	21
10	البنك العربي	23
11	البنك الأردني الكويتي	2
12	البنك الأهلي الأردني	6
13	بنك الأردن	33
14	بنك الشرق الأوسط المحدود HSBC	1
15	البنك العقاري المصري العربي	6
16	بنك الاتحاد	1
17	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	12
18	البنك التجاري الأردني	3

المصدر: (سلطة النقد الفلسطينية 2015)

الدراسات السابقة:

ومن الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة دراسة ابومعمر (2005): تهدف هذه الدراسة للتعرف على أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك العاملة في قطاع غزة ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة لجودة الخدمة المصرفية بالإضافة إلى اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء. ولقد اشتملت الدراسة على عينة من عملاء البنوك العاملة في قطاع غزة مقدارها (166) مفردة وخلصت الدراسة إلى ضرورة تفهم توقعات العميل من أجل تقديم خدمة مصرفية أفضل وتحقيق الرضا لديهم بالإضافة إلى أن قياس جودة الخدمة المصرفية وإدراك العملاء لها هو المدخل الرئيس لتطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. وأوضحت الدراسة وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة. وخلصت أيضا إلى أن استمرار العملاء في التعامل مع البنوك وأن زيادة ولائهم يعتمد بشكل أساس على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم.

وأجرى راشيد وآخرون (2013) دراسة بعنوان المسؤولية الاجتماعية وتركيزها على العميل، دراسة في سياق البنوك الإسلامية، حيث هدفت الدراسة التعرف على مدى تركيز المسؤولية الاجتماعية على العميل في البنوك الإسلامية في بنغلادش، وعلاقة ذلك باخلاقيات العمل البنكي الإسلامي، حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأجريت على عينة من 16 بنك إسلامي عامل في بنغلادش، حيث توصلت الدراسة إلى أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يتم من خلال مستويين أساسيين إذ يشير المستوى الأول إلى دور الشريعة الإسلامية والمعتقدات الإسلامية في العمل البنكي بشكل عام وأساسي، أما المستوى الثاني وهو الذي يتعلق بالموازنة بين تطبيق الشريعة الإسلامية وبين تطبيق نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

كما أجرى أوجي (2011) دراسة بعنوان المسؤولية الاجتماعية في الشركات والتنافسية من منظور القطاع الحكومي والخاص والبنوك، حيث هدفت الدراسة بشكل أساس في التعرف إلى الكيفية التي يسهم في قطاع البنوك والقطاع الخاص والحكومة في تدعيم نشاطات المسؤولية الاجتماعية في المجتمع، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأجريت على عينة من (20) مؤسسة اجتماعية تتعلق بنشاطات المسؤولية الاجتماعية، حيث توصلت الدراسة إلى إن الحكومة يجب أن تفعل دور القطاع الخاص في تفعيل نشاطات المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن الحكومة تلعب دورا بالغ الأهمية في تفعيل نشاطات المسؤولية الاجتماعية وتشجيع المنظمات الاقتصادية عليها.

كما أجرى يون وشانغ (2010) دراسة بعنوان دور البنوك غير التقليدية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية دراسة على سلسلة متاجر ولمرت في الولايات المتحدة، حيث هدفت الدراسة الى الكشف عن دور الشركات الدولية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية، حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واجريت على فروع شركة والمرت في الولايات المتحدة ودورها في تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال الخدمات البنكية الغير تقليدية التي تقدمها الفروع، حيث بينت الدراسة انخفاض النشاطات التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في الشركات الدولية وافرعا، حيث تشير نتائج الدراسة الى ان مثل هذه الشركات التي تعمل في مجتمعات مختفة لا تضطلع بشكل كبير في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

وقد أجرى دوسكي (Dusuki 2008) دراسة بعنوان تفهم اهدف الصيرفة الاسلامية: دراسة على اتجاهات اصحاب المصالح، حيث هدفت الدراسة الى اجراء مسح حول توجهات اصحاب المصالح حول البنوك الاسلامية حول اهداف وفسلفة الصيرفة الاسلامية، وخصوصا حول البيئة المصرفية، حيث اجريت الدراسة في ماليزيا، واجريت على عنية من (1500) فرد من مجموعات اصحاب المصالح المتمثين في العملاء، والمودعين، والمجتمع المحلي، والادارة في البنوك الاسلامية، ومسؤولي البنك المركزي، والمراقبين الشرعيين، وقد استخدمت الدراسة التحليل العاملي، وتوصلت الى ان اصحاب المصالح يرون في البنوك الاسلامية مؤسسات مالية تحمل في طياتها اهدافا اجتماعية تروج القيم الاسلامية تجاه العملاء وطاقم العمل، والمجتمع ككل، وتبين الدراسة العوامل التي تؤثر في عمل الصيرفة الاسلامية مثل المشاركة في دعم المجتمع والرفاهية، وتدعيم التنمية المستدامة، والحد من انتشار الفقر في المجتمع.

اما دراسة حسان وسيافي (Syafri & Harahap,2010) فقد كانت بعنوان فحص بند المسؤولية الاجتماعية في حالة البنوك الاسلامية والمؤسسات المالية في الشرق الاوسط، حيث هدف الدراسة التعرف الى درجة التفاوت بين نشاطات المسؤولية الاجتماعية والتقارير المالية للبنوك الاسلامية، كما هدفت الى تعرف مستوى تطور بند المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاسلامية وعلاقتها بالاخلاقيات العمل المصرفي الاسلامي، وقد اجريت الدراسة على عنية من البنوك الاسلامية في ماليزيا مكونة من (7) بنوك، واستخدمت الدراسة التحليل العاملي، حيث توصلت الدراسة الى ان بند المسؤولية الاجتماعية لا يعتبر من اهتمامات واوليات العمل المصرفي الاسلامي.

وقد أجرى سانجيثا (Sangeetha,2017) دراسة بعنوان تطوير مقياس جودة الخدمات والرضا ونوايا العملاء في البنوك الاسلامية في الشرق الاوسط، حيث هدفت الدراسة الى قياس جودة الخدمات ورضا العملاء تجاع البنوك الاسلامية في الشرق الاوسك، حيث تكونت عينة الدراسة من (373) مستجيبيا، وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل العاملي، وقد بينت نتائج الدراسة بان هناك عدة جوانب لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية، حيث تضمن هذه الجوانب الملموسية، والخدمات، ورضا العملاء، والتعاطف، والامان، والتوكيد، والمصادقية، والولاء، وحساسية سعر الخدمة، حيث بينت نتائج الدراسة بان هذه العوامل تؤثر في جودة الخدمات المصرفية الاسلامية وتساعد في بناء الاستراتيجيات التسويقية للبنوك الاسلامية.

وكانت دراسة بيلا والفيومي (Al-Fayoumi & Bella2016) بعنوان "اتجاهات اصحاب المصالح حول المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاسلامية في الاردن"، حيث هدفت الدراسة الى فحص اتجاهات اصحاب المصالح حول المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاسلامية في الاردن، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واجريت على عينة مكونة (2) من البنوك الاسلامية وهي البنك الاسلامي الاردني للاستثمار والبنك العربي الدولي الاسلامي، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك اتجاهات ايجابية حول المسؤولية الاجتماعية وعلى اعتبار انها مكون ايجابي وهام من وجهة نظر اصحاب المصالح، وقد اشارت الدراسة الى ان الشريعة الاسلامية لديها نظام داخلي يفرض المسؤولية الاجتماعية، وقد اوصت الدراسة بضرورة تحسين وتعزيز نشاطات المسؤولية الاجتماعية من اجل تدعيم الالتزام والهوية الثقافية للبنوك الاسلامية،

الطريقة والإجراءات

من خلال هذا الجزء سيقوم الباحث بتحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وبناء أداة الدراسة، وخطوات التحقق من صدق الأداة وثباتها، إضافة إلى وصف متغيرات الدراسة والطرق الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي منهجاً للدراسة؛ لملاءمته لطبيعة الدراسة، لكونه منهج قائم على دراسة الظواهر كما توجد في الواقع، ويعبر عنها بشكل كمي حيث يوضح مقدار الظاهرة وحجمها، وهذا المنهج يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا، لكي يتمكن من استخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون المجتمع من جميع الموظفين العاملين البنوك الإسلامية العاملة في فلسطين، وقد بلغ عددهم (2) بنك إسلامي بواقع (145) موظفًا لسنة (2016/2017).

عينة الدراسة:

لقد عمل الباحث على تناول قائمة بالموظفين العاملين في البنوك الإسلامية في نابلس وطولكرم وجنين، حيث بلغ عدد أفراد عينة الدراسة (46) موظفًا، وبناءً عليه تم اختيارها بالطريقة العشوائية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (1): توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	37	80.4
	أنثى	9	19.6
المؤهل العلمي	دبلوم	5	10.9
	بكالوريوس	36	78.3
	أعلى من بكالوريوس	5	10.9
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	19	41.3
	5-10 سنوات	18	39.1
	أكثر من 10 سنوات	9	19.6
العمر	أقل من 25 سنة	10	21.7
	25-30 سنة	27	58.7
	31-40 سنة	5	10.9
	أكثر من 41 سنة	4	8.7
المجموع		46	100.0

حيث يتضح من الجدول السابق بأن الذكور شكلوا 80% من مجمل عينة الدراسة، وأن 78% من عينة الدراسة كانوا من حملة البكالوريوس.

أداة الدراسة:

طور الباحث الاستبانة كأحد أدوات البحث، وتكونت من مجموعة من الفقرات من أوجه طلب المعلومات؛ وذلك من أجل تجميع المعلومات من الأشخاص موضع البحث، وأن الاستبانة مصممة من أجل التحليل الإحصائي للإجابات، وتتميز الاستبانة بأن لها إجابات قياسية محددة بشكل يجعل من السهل تجميع البيانات وتنظيمها، وقد قام الباحث ببنائها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات بعد مراجعة الأدب التربوي النظري المتعلق بموضوع الدراسة ومراجعة الأبحاث والدراسات والكتب التي بحثت في أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين، مثل دراسة سلمان (2013) ودراسة (2017)، (Sangeetha) وقد تكونت أداة الدراسة من ثلاثة أجزاء، هي:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن الطالب الذي قام بتعبئة الاستبانة.

الجزء الثاني: واشتمل على (64) فقرة، موزعة على مجالات، وتم الاستجابة عن فقراتها من خلال ميزان ليكرت الخماسي، وبيدًا بالدرجة الكبيرة جداً وتُعطى (5) درجات، ثم الكبيرة وتُعطى (4) درجات، ثم المتوسطة وتُعطى (3) درجات، ثم القليلة وتُعطى درجتين، وينتهي بالقليلة جداً وتُعطى درجة واحدة فقط.

صدق الأداة:

للتأكد من صدق الأداة تم عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص، وذلك من أجل التأكد من فقرات الاستبانة والتعليق عليها، ومن حيث صياغة فقراتها، ومدى مناسبتها للمجال الذي وضعت من أجله وبهذه النتيجة يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية.

ثبات الأداة:

تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، والجدول (2) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

الجدول (2): معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا
	المسؤولية الاجتماعية	20	0.74
	جودة الخدمات المصرفي الاسلامية	44	0.79
	الكلية	64	0.77

يتضح من الجدول (2) أن الدرجة الكلية لمجالات الاستبانة كانت (0.77)، على الدرجة الكلية وهي معاملات ثبات جيدة وتفي بأغراض البحث العلمي.

نموذج الدراسة:



إجراءات الدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

إعداد الاستبانة بصورتها النهائية.

ومن ثم تحديد أفراد عينة (الدراسة).

بعد ذلك تم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، وتم استرجاعها.

قام الباحث بترميز الاستبانات وتفرغها باستخدام الحاسب الآلي وذلك من أجل تحليلها ومعالجتها إحصائياً

باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

بعد أن تم إدخال البيانات للحاسوب تم استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة،

واقترح التوصيات المناسبة لها.

المعالجات الإحصائية:

قام الباحث بتفريغ إجابات أفراد العينة وجرى ترميزها وإدخالها باستخدام الحاسوب، إذ تمت معالجة البيانات

إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) حيث تم استخدام المعالجات

الإحصائية التالية:

لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية؛

ولحساب الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة استخدم معادلة كرونباخ ألفا (Alpha Cronbach's).

وأخيراً لفحص العلاقة بين متغيرين استخدم معامل ارتباط بيرسون.

نتائج الدراسة

تم في هذا الفصل بعرض لنتائج الدراسة وفقاً لترتيب أسئلتها وفرضياتها.

أولاً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس ونصه:

ما أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين؟

تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمجالات أداة الدراسة، ثم تم تحديد طول خلايا مقياس

ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، وتم حساب المدى (1-5=4)، ثم تقسيمه

على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح، أي (0.80 = 5/4) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة

إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)؛ لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح

طول الخلايا كما يأتي:

- من 1 إلى 1.80 يمثل (درجة منخفضة جداً).

- من 1.81 وحتى 2.60 يمثل (درجة منخفضة).

- من 2.61 وحتى 3.30 يمثل (درجة متوسطة).

- من 3.41 وحتى 4.20 يمثل (درجة عالية).

- من 4.21 وحتى 5.00 يمثل (درجة عالية جداً).

الجدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة

التسلسل	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية %
		المسؤولية الاجتماعية	3.72	95.	74.43
1.	3	يتبع البنك أساليب حديثة في حماية البيئة.	2.78	1.26	55.65
2.	2	تعد حماية البيئة من ثقافة البنك.	3.09	1.40	61.74
3.	4	يساهم البنك بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.	3.09	1.40	61.74
4.	9	يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مستشفيات.	3.39	93.	67.83
5.	1	تتوافق رسالة البنك وأهدافها مع أهدافه مع اهداف وقيم المجتمع.	3.78	1.86	75.65
6.	8	يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس.	4.00	79.	80.00

80.00	79.	4.00	يستخدم البنك تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث.	10	.7
81.74	84.	4.09	يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من برامج إسكان.	6	.8
86.09	47.	4.30	يساهم البنك في المحافظة على نظافة البيئة.	5	.9
93.91	47.	4.70	يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها.	7	.10

يتضح من نتائج الدراسة بان المسؤولية الاجتماعية لدى البنوك الاسلامية قد حصلت على درجة استجابة عالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.72) وبانحراف معياري بلغ (0.95)، وبغت النسبة المئوية لمجال المسؤولية الاجتماعية 74.4% وهي درجة استجابة مرتفعة، وكانت ادنى الفقرات من حيث درجات الاستجابة تتمثل في الفقرات (3، 2، 4، 9) والتي تتعلق بمواضيع اتباع البنك أساليب حديثة في حماية البيئة، واعتبار حماية البيئة من ثقافة البنك، واسهام البنك بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع. ومن جانب اخر، تشير نتائج الدراسة الى ان اعلى الفقرات من حيث درجات الاستجابة تمثلت في الفقرات (6، 5، 7) وهي التي تتعلق بمواضيع مثل انجاز البنك المشاريع الأساسية للمجتمع من برامج إسكان، واسهام البنك في المحافظة على نظافة البيئة، واسهام البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها. ويفسر الباحث هذه النتيجة الى ان طبيعة البنوك الاسلامية تخلق مابين العمل الخيري الاسلامي الناتج عن مقاصد الشريعة الاسلامية وبين مفهوم المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وان تكون هذه الاسهام هي بند قائم على القوائم المالية للشركات والمنظمات الاقتصادية.

التسلسل	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية %
		جودة الخدمات المصرفية	3.78	48.	75.55
		الامتثال:	3.80	67.	76.09
.11	11	عند تقديم العميل لأي استفسار شرعي حول الخدمات المقدم فإن المصرف يتجاوب معه بشكل سريع.	4.09	84.	81.74
.12	12	يتميز المصرف بسرعة انجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه.	4.09	1.40	81.74
.13	13	تميز المصرف بدقة العمل وعدم ارتكاب الأخطاء او تناقض مع الشريعة الاسلامية	3.39	93.	67.83
.14	14	أشعر بالأمان اثناء تعامله مع المصرف الاسلامي عبر الانترنت.	3.39	49.	67.83
.15	15	تتميز خدمات البنك الاسلامي بتنوع كبير لتلائم الاحتياجات المختلفة للعملاء.	4.00	00.	80.00
.16	16	يلتزم موظفو المصرف بالسلوك الإسلامي.	4.00	79.	80.00
.17	17	يظهر المصرف تصميم الطابع الإسلامي	3.00	79.	60.00
.18	18	يسهم المصرف في التعريف بالمعاملات الإسلامية	4.00	79.	80.00
.19	19	لا يسمح المصرف بالتعامل بأموال مصدرها غير شرعي.	4.39	49.	87.83
		الاعتمادية	3.79	57.	75.80
.20	20	يقدم البنك خدمات بدون أخطأ.	3.70	1.21	73.91
.21	21	يؤدي البنك خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير.	3.78	1.26	75.65
.22	22	يؤدي البنك خدماتها دون انقطاع.	3.39	49.	67.83

87.83	49.	4.39	يعمل البنك على حل مشاكل المشتركين المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر.	23	.23
87.83	93.	4.39	قدرة موظفي البنك على تقديم الخدمات بسهولة ويسر.	24	.24
80.00	00.	4.00	يؤدي البنك خدماتها بشكل متميز.	25	.25
75.65	99.	3.78	ينجز البنك الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.	26	.26
80.00	00.	4.00	يقدم البنك نصائح في اختيار الخدمة الملائمة لطبيعة متوسطة عمالك.	27	.27
72.17	93.	3.61	يقدم المصرف مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية.	28	.28
67.83	93.	3.39	يتوفر لدى المصرف موظفون ذو كفاءة عالية	29	.29
67.83	49.	3.39	يقوم المصرف بالوفاء بما وعد به.	30	.30
66.09	47.	3.30	أسعار الخدمات المقدمة عادلة.	31	.31
77.91	75.	3.90	الأمان		
80.00	79.	4.00	يشعر بالاطمئنان في التعامل مع البنك	32	.32
81.74	84.	4.09	يقدم البنك خدمات خالية من المخاطر	33	.33
66.09	47.	3.30	يمتلك موظفو البنك قدرات عالية في تقديم الخدمة.	34	.34
80.00	79.	4.00	يتابع موظفو البنك الإجراءات الخاصة بالعملاء منذ طلب الخدمة ولغاية التقديم.	35	.35
87.83	93.	4.39	تشعر بحرص البنك على أن تكون الاتصالات الخاصة بالعملاء سرية	36	.36
74.67	87.	3.73	التعاطف		
73.91	1.21	3.70	تراعي البنك القوانين والتعليمات في تحديد الأسعار بالطريقة الإسلامية.	37	.37
66.09	1.21	3.30	تضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامها.	38	.38
80.00	79.	4.00	يبيد الموظف النصيحة الصادقة للزبائن	39	.39
81.74	1.40	4.09	يتوفر لدى المصرف بيئة دالية اجتماعية قائمة على الاحترام والورد	40	.40
80.00	79.	4.00	يعرف العاملون في البنك مصلحة الزبون ويسعون لتحقيقها.	41	.41
66.09	1.21	3.30	يلقى الزبون اهتماما شخصيا في تعامله مع المصرف	42	.42
80.00	79.	4.00	ينشر المصرف معلومات تساعد الزبون على التمييز بين ما يحتاجه من خدمات	43	.43
69.57	1.30	3.48	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن.	44	.44
79.03	14.	3.95	الاستجابة		
73.91	47.	3.70	تصل جهود المصرف الترويجية للزبائن بشكل مؤثر.	45	.45
72.17	93.	3.61	تتهم إدارة البنك بشكاوى واستفسارات العملاء.	46	.46
80.00	00.	4.00	موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة.	47	.47
81.74	84.	4.09	يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء.	48	.48
86.09	47.	4.30	يرد المصرف على طلبات الزبائن بشكل مريح.	49	.49

86.09	47.	4.30	يساعد تصميم المصرف على تقديم الخدمات بسهولة.	50	.50
73.91	47.	3.70	يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز.	51	.51
75.65	17.	3.78	الملموسية		
68.75	50.	3.44	التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز	52	.52
88.75	50.	4.44	تستخدم البنك معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة	53	.53
80.00	00.	4.00	التصميم الداخلي للشركة يوفر جواً مريحاً لك	54	.54
72.17	93.	3.61	تهتم البنك بالنظافة والإضاءة والتكييف.	55	.55
80.00	00.	4.00	مواقع البنك المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول إليها بسهولة	56	.56
69.71	48.	3.49	التوكيد		
60.00	00.	3.00	أسعار الخدمات المقدمة واضحة	57	.57
60.00	79.	3.00	توافر التجهيزات في البنك التقنيات اللازمة للزبائن	58	.58
80.00	79.	4.00	يحافظ المصرف على خصوصية المعاملات	59	.59
66.09	47.	3.30	ينشر المصرف تقارير واضحة عن الأنشطة الاستثمارية التابعة له.	60	.60
80.00	00.	4.00	يوضح المصرف مميزات الخدمات المصرفية الإسلامية.		.61
75.55	48.	3.78	جودة الخدمات المصرفية		

حيث يتضح من نتائج الدراسة بان مجال جودة الخدمات المصرفية قد حصل على درجة استجابة عالية بمتوسط حسابي بلغ (3.78) وبانحراف معياري بلغ (0.48) وبنسبة مؤوية بلغت (75.5%)، ويتضح من نتائج الدراسة بان مجال التوكيد قد حصلت على درجة استجابة منخفضة في الدرجة الكلية له، في حين ان مجالات التعاطف، الملموسية، جودة الخدمات المصرفية، الاعتمادية، الامتثال والأمان، والاستجابة قد حصلت على درجة استجابة مرتفعة، ويتضح لدى الباحث بان السبب في انخفاض هذه المتوسطات الى طبيعة مجال التوكيد يختلف عن ضمان الجودة فمراقبة الجودة هي مراقبة السلسلة الإنتاجية من بداية عمليات الخدمات المصرفية الي خروج الخدمة النهائية. اما توكيد الجودة فيشمل الرقابة على كل الأقسام ووضع المعايير المعمل بها وتحديد نقاط التحكم الحرجة ومسؤول عن التطوير والأبحاث والتدريب. وهو مجال لا يقتصر على المهمات داخل المصرف نفسه، وانما يتعدى الى جهات أخرى تقوم بهذا العمل مثل المجمع الفقهي، ولجنة الرقابة الشرعية الرئيسية وغيرها. ويتضح من نتائج الدراسة بان مجال المسؤولية الاجتماعية قد حصل على درجة استجابة مرتفعة في الدرجة الكلية له، وقد انخفض الاستجابة على مجموعة المواضيع التي تتعلق ببيتع البنك أساليب حديثة في حماية البيئة، واعتبارها من ثقافة البنك. واسهام البنك بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع، وانجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مستشفيات. هي الفقرات التي حضيت بأدنى مستوى من الموافقة من قبل افراد عينة الدراسة.

معامل الارتباط	معامل الارتباط	الارتيباط المعدل	قيمة ت المحسوبة	قيمة ت الجدولية	معامل بيتا	مستوى الدلالة
0.95	90	20.8	1.96	.95		*0.001

ويتضح من نتائج الدراسة بان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ معامل الارتباط 95% وهو معامل ارتباط قوي ودال احصائياً، كما تبين نتائج الدراسة بان المسؤولية الاجتماعية تفسر 90% من التباين في جودة الخدمات المصرفية، وهي دالة عند مستوى (0.01). ويفسر الباحث هذه النتيجة كون المسؤولية الاجتماعية هي نتاج طبيعي لاهتمام البنوك

الإسلامية بفكرة تطبيق الشريعة الإسلامية في المعاملات، وهي شريعة سمحه تضع الانسان قبل قبل فكرة المال، وتتسم بكونها خاضعة لقوانين لا يمكن ان يتم تبديلها او التلاعب بها.

استنتاجات الدراسة والتوصيات:

وعلى ضوء نتائج الدراسة فان الباحث يقدم التوصيات التالية:

1. ضرورة ان يتم تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية من خلال اتباع البنك أساليب حديثة في حماية البيئة.
2. ضرورة عمل البنوك الإسلامية في مجالات تنمية المجتمع بشكل أكثر فاعلية في مجالات البطالة والمنشآت الهامة.
3. ضرورة ان تعمل البنوك الإسلامية على تمييز البنوك الإسلامية من حيث الشكل الخارجي وطبيعة الخدمات بان تكون ذات طابع إسلامي أكثر مما هي عليه.
4. ضرورة ان تعمل البنوك على نشر تقارير واضحة عن الأنشطة الاستثمارية التابعة له.

المراجع والمصادر:

حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، ادارة المصارف الاسلامية، دار الاوائل لنشر، عمان، 2010، ط1
رحيم حسين ، هواري معراج ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية الواقع و التحديات ، جامعة الشلف 14 و15 ديسمبر 2004

الزامل، محمود، احمد، ناصر "محمد سعود " جردات ، احمد يوسف عريقات، سحر حمد فوطه، تسوق الخدمات المصرفية ، الطبعة الاولى، 2012، اثراء لنشر والتوزيع ، عمان الاردن.

زفيد، سمير أحمد؛ الشريف أبو شادي ربحي (2009): "جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها"، جامعة الخليل، فلسطين. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. عدد 5.

زيدان محمد، "دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية"، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير، جامعة الجزائر، 2005

سامر مظهر قنطقجي ، ضوابط الاقتصاد الإسلامي في معالجة الأزمات المالية العالمية، دار النهضة ، دمشق سوريا ، الطبعة الأولى 2008،

سحنون محمود، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد رقم 04، ماي 2003.

سويدان، نظام موسى، وحداد، شفيق ابراهيم.(2003). التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد، عمان، الاردن.

صالح نصولي وأندريا شاختر: (تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية)، مجلة التمويل والتنمية، العدد 3 - المجلد 93، سبتمبر 2002،

عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001
مدحت صادق، "أدوات وتقنيات مصرفية"، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001
مركز البحوث المالية و المصرفية، "أجهزة الصراف الآلي"، مجلة الدراسات المالية و المصرفية، المجلد 07، العدد 03، سبتمبر 1999.

مصطفى و س. بلعور و ع. عزوي، "واقع و آفاق المؤسسات المصرفية"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، 15-16-17 مارس 2004، جامعة ورقلة.

موسى خليل مشري، "القواعد الناظمة للصيرفة الإلكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002،
نادر ألفرد قحوش: العمل المصرفي عبر الإنترنت، ط 1، الدار العربية للعلوم، بيروت- مكتبة الرائد العلمية، عمان، 2001

النجار راغب فريد، "الاستثمار بالنظم الإلكترونية و الاقتصاد الرقمي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004

الهندي عدنان، "التجارة الإلكترونية و الخدمات المصرفية و المالية عبر الانترنت"، اتحاد المصارف العربية لبنان، 2000،

وادي، رشدي عبد اللطيف (2008): "أهمية و مزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها"، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص 855 - ص 893 يونيو 2008 الجامعة الإسلامية، غزة.

يونس عرب، "البنوك الإلكترونية بين مزايا و عيوب"، شركة كنانة لتكنولوجيا المعلومات، مصر
www.kenanah.com. التحميل يوم 2008/12/07

يونس عرب، "البنوك الإلكترونية"، الأردن، تاريخ الإطلاع: 27 جوان 2005، على الموقع الإلكتروني
www.arablaw.org. التحميل يوم 2008/12/10

يونس عرب، "البنوك الخلوية"، أفوكاتو الجزائر - أخبار و مقالات-، تاريخ الإطلاع: 21 نوفمبر 2005،
www.avokato.com. التحميل يوم 2008/12/11

مروان محمد ابو عرابي، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية، 2006، دار تسنيم للنشر والتوزيع، عمان الاردن.

سلمان، محمد إبراهيم. (2013). مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة Servperf، مجلة جامعة الأقصى، المجلد السابع عشر، يناير 2013

الشويعر، خولة بنت محمد، 2009، قياس جودة خدمات المكتبات العامة: دراسة حالة مكتبة الملك عبد العزيز العامة بالرياض، مجلة دراسات المعلومات، العدد الخامس، ص 27. -

فوزي، محمد. (2015). تطوير كفاءة إدارة الالتزام في الشركات المساهمة، مجلة الشرق، تم الاسترجاع بتاريخ
http://al-sharq.com/news/details/301408، 2017/15/03

المراجع الأجنبية

Castka, P. & Balzarova, M. A. (2007). A critical look on quality through CSR lenses: Key challenges stemming from the development of ISO 26000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(7), 738-752.

Christopher, M., Payne, A. & Ballantyne, D. (1991). Relationship marketing: bringing quality customer service and marketing together.

Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer affairs*, 35(1), 45-72.

Ojo, M. (2011). Co-operative and competitive enforced self regulation: the role of governments, private actors and banks in corporate responsibility. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 19(2), 139-155.

- Rashid, M., Abdeljawad, I., Manisah Ngalim, S., & Kabir Hassan, M. (2013). Customer-centric corporate social responsibility: A framework for Islamic banks on ethical efficiency. *Management Research Review*, 36(4), 359-378.
- Stupak, R. J., & Leitner, P. M. (Eds.). (2001). *Handbook of public quality management*. Marcel Dekker.
- Williams, C., & Aguilera, R. V. (2008). Corporate social responsibility in a comparative perspective.
- Yoon, I., & Chung, I. (2010). Wal-Mart's nontraditional banking business and corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 551-561.
- Di Bella, V., & Al-Fayoumi, N. (2016). Perception of stakeholders on corporate social responsibility of Islamic Banks in Jordan. *EuroMed Journal of Business*, 11(1), 30-56.
- Sangeetha, J. (2017). Development of Scale for Service Quality, Satisfaction and Behavioral intentions: Middle Eastern Context. *Advances in Management and Applied Economics*, 7(2), 59.
- Dusuki, A. W. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: a survey of stakeholders' perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(2), 132.
- Hassan, A., & Syafri Harahap, S. (2010). Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 203-227.