Omdurman Islamic University Journal(OIUJ)

مجلة جامعة أم درمان الاسلامية

https://journal.oiu.edu.sd/index.php/oiuj

2022; 18(1);147 –165

https://doi.org/ 10.52981/oiuj.v18i1.2107

ISSN: 5361-1858

أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية
(دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني)

د. زحل الزبير محمد احمد أستاذ الادارة المساعد – كلية الصفوة للعلوم والتقانة – الخرطوم

البريد الالكتروني: zohal310@gmail.com

للاستشهاد بهذا المقال:

زحل الزبير محمد احمد. (2022). أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني) . *مجلة جامعة أم درمان الاسلامي* .18(1), 147-165.
https://doi.org/10.52981/oiuj.v18i1.2107.

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى قياس أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية تمثل المسؤولية الاجتماعية كمتغير مستقل، أما جودة الخدمات المصرفية فتمثل المتغير التابع والذى تم قياسه من خلال عدد من الأبعاد منها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة)، وتمثلت مشكلة الدراسة فى ان المسؤولية الاجتماعية ليست مرتبطة بالإنتاجية بل تؤثر سلبا على القيمة الربحية للمساهمين، على الرغم انها تزيد من جودة الخدمات التي يقدمها البنك بشكل عام عبر تعزيز صورتها الذهنية في المجتمع، والتى على ضوءها تم صياغة الفرض الرئيسي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية، وإعتمد الباحث على إستمارة إستبيان للحصول على البيانات تم توزيعها على عينة أختيرت بصورة عشوائية قصدية من الموظفين فى بنك فيصل الاسلامي السوداني بلغت (60) عميل بصورة عشوائية، وتم تحليلها بإستخدام برنامج (SPSS)، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة وتأثير مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية، وأوصت الدراسة ضرورة الاهتمام بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعمل على المساهمة في الخدمة الاجتماعية لتحسين صورة ودور البنك للاقتصاد والمجتمع.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، جودة الخدمة، الاستجابة، الملموسية، الاعتمادية.

Abstract

The study aimed at measuring the impact of adopting the concept of social responsibility on the quality of banking services, representing social responsibility as an independent variable. As for the quality of banking services, it represents the dependent variable, which was measured through a number of dimensions, including (tangibility, reliability, response), and the problem of the study was that social responsibility It is not related to productivity,

but rather negatively affects the profit value of shareholders, although it increases the quality of services provided by the bank in general by enhancing its mental image in society, and in the light of which the main hypothesis was formulated there is a statistically significant relationship between adopting the concept of social responsibility and the quality of banking services The researcher relied on a questionnaire form to obtain data that was distributed to a randomly selected sample of employees in the Faisal Islamic Bank of Sudan, amounting to (60)

clients randomly, and it was analyzed using the (SPSS) program. Social responsibility in the quality of banking service, and the study recommended the need to pay attention to adopting the concept of social responsibility and work to contribute to the service To improve the image and role of the bank for the economy and society.

المقدمة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية تجسيد للتطورات المتلاحقة في الاهتمام بزبائن المؤسسات سواء العامة أو الخاصة ولقد شهد موضوع المسؤولية الاجتماعية في الفترة الأخيرة انتشارا واسعا، و اهتماما كبيرا من طرف كتاب الإدارة والاقتصاد ومن طرف رجال الأعمال على حد سواء، وازداد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بعد تخلي العديد من الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، مما حدا بشركات القطاع الخاص إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ بعين الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه، حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية ركن أساسي ومطلب لتنمية الدول وتوفير بيئة ملائمة توفرها شركات القطاع الخاص بكافة أنواعه للمجتمع الذي تعمل به.

وترتبط المسؤولية الاجتماعية باطار بجودة 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 .

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 بنك فيصل الاسلامي السوداني.

مشكلة الدراسة:

في ظل الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في البنوك حيث انها مازالت قضية جدلية، إذ ينظر للمسؤولية الاجتماعية من زاويتين متعاكستين تماما: الاولى ترى ان المسؤولية الاجتماعية ليست مرتبطة بالإنتاجية بل تؤثر سلبا على القيمة الربحية للمساهمين، اما الزاوية الثانية فتنظر الى المسؤولية الاجتماعية على انها تزيد من جودة الخدمات التي يقدمها البنك بشكل عام عبر تعزيز صورتها الذهنية في المجتمع وتشجيع حضورها وعليه تمت صياغة مشكلة الدراسة من خلال السؤال الرئيسي ما هو اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية؟ وتفرع منه الأسئلة التالية:

1. ما هو اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية من خلال الاستجابة للعملاء في بنك فيصل الإسلامي السوداني .
2. ما هو اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية في بنك فيصل الإسلامي السوداني.
3. ما هو اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية للعملاء في بنك فيصل الإسلامي السوداني ..

فرضيات الدراسة:

افترضت الدراسة الفرض الرئيسي (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية)، وتتفرع منه الفرضيات التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء في جودة الخدمات المصرفية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية في جودة الخدمات المصرفية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمات المصرفية.

أهمية الدراسة:

يكتسب البحث أهميته من الدور الذي تلعبه المسؤولية الإجتماعية في جودة الخدمات المصرفية.

الأهمية العلمية:

تكتسب الدراسة اهميتها من الأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية والدور الذي تقوم به في البنوك على اختلاف أنواعها وأحجامها، بحيث يدعم هذا الموضوع التوجه المستقبلي للبنك فيصل الإسلامي السوداني قيد الدراسة في بذل المزيد إزاء مسؤولياتها الاجتماعية.

الأهمية العملية:

تنبع أهمية هذه الدراسة من إمكانية وضع متخذي القرارات في بنك فيصل الإسلامي السوداني في ما تتوصل إليه الدراسة من نتائج وتوصيات، تسهم في مساعدتهم في تصور سياسات وبرامج أكثر رقيا وملائمة ومواكبة لبيئة الأعمال والمسؤولية الاجتماعية بالمجتمع.

اهداف الدراسة:

1. التعرف على اثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية ببنك فيصل الإسلامي.

2- تحليل اثر تبني مفهوم المسوؤلية الاجتماعية في جودة الخدمة المصرفية ببنك فيصل الاسلامي السوداني.

3- التعرف على جوانب القصور في أثر تبني مفهوم المسوؤلية الاجتماعية في تحسين جودة الخدمة المصرفية ببنك فيصل الاسلامي السوداني والعمل على معالجتها.

منهجية الدراسة :

اتبع الباحث في هذا الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الاتى :

الحدود المكانية : بنك فيصل الإسلامي السوداني.

الحدود الزمانية : 2016 – 2021م

الحدود البشرية: العاملين ببنك فيصل الاسلامي السوداني.

الحدود الموضوعية: (المسوؤلية الاجتماعية، جودة الخدمة المصرفية)

مصادر جمع البيانات والمعلومات:

المصادر الأولية:

تمثلت في الاستبانة والملاحظة.

المصادر الثانوية:

تمثلت في الكتب والنشرات والبحوث والمجلات العلمية والدراسات السابقة.

الدراسات السابقة

دراسة: عمر (2017)(1): تمثلت مشكلة الدراسة ما هو اثر المسئولية الاجتماعية على الميزة التنافسية؟ افترضت الدراسة توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والجودة، توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والتكلفة، توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والتسليم،وهدفت الدراسة العلاقة بين المسئولية الاجتماعية والميزة التنافسية.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها وجود علاقة ذات تأثير سلبي بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية، وعلاقة ذات تأثير سلبي بين المسؤولية الاجتماعية والتكلفة.

يتضح للباحثة ان الدراسة تناولت أثر المسئولية الاجتماعية علي الميزة التنافسية ،بينما تناولت الدراسة الحالية أثر تبني المسئولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية.

دراسة: محمد حسب الرسول (2016) (2) تمثلت مشكلة الدراسة ما مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على رضا العاملين، **وهدفت الدراسة** إلى اختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية ورضا العاملين.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها وجود علاقة إيجابية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية ورضا العاملين.

يتضح للباحثة ان الدراسة تناولت تاثير المسئولية الاجتماعية علي رضا العاملين، بينما تناولت الدراسة الحالية أثر تبني المسئولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية.

دراسة :محمد احمد صالح (2014)(3) تمثلث مشكلة الدراسة في انخفاض مستوى المسئولية الاجتماعية لدى الشركة، وكيفية مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف الشركة قائمة بتقديم الخدمات الاجتماعية للموظفين والمجتمع الذي تعمل فيه من إيجا الرضا منه، وهدفت الدراسة التعرف على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه المجتمع، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن المسؤولية الاجتماعية لها تأثير واضح على الشركة وأن الشركة تسعى لتوسع دائرة البرامج الاجتماعية.

يتضح للباحثة ان الدراسة تناولت أثر المسئولية الاجتماعية في تحسين رسالة الشركة السودانية للاتصالات ،بينما تناولت الدراسة الحالية أثر تبني المسئولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية.

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تغيرات جوهرية على مر الزمان ولا يزال يتطور مع تقدم المجتمع وتطوره وهناك العديد من المفاهيم ولكن لا يوجد تعريف موحد للمسؤولية الاجتماعية، فيما يلي نورد بعضا منها:

وتعرفها على أنها التزام المؤسسة بمسؤوليات متعددة كالاقتصادية والقانونية ثم الاخلاقية وهي أنماط السلوك التي لا يتضمنها القانون ولكنها مطلوبة من المؤسسات في علاقاتها الاجتماعية مع الجماهير كالأمانة مع الزبائن والعاملين والحرص على ةوونتمة غ6وكظمالمصلحة العامة للمجتمع في أعمالها ثم المسؤوليات المتنوعة وهي المجالات التي يرغب المجتمع من المنظمات أن تتحمل بعض مسؤولياتها كأنشطة البرامج التدريبية ودعم البرامج التعليمية والبحوث، والمساهمة في تطوير وتحديث بعض المناطق في المجتمعات المحلية.(كريمان،فريد،2006،98)(4).

وهي التزام الشركة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الاخلاقي الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي والبطالة ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشاكل المواصلات وغيرها.(أبوبكر،الحسن،2014،7) (5)

المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال تعني تصرف المنظمات على نحو يتسم بالمسؤولية والمسائلة، ليس فقط أمام أصحاب حقوق الملكية، ولكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفون والعملاء\والحكومة والشركاء والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة (الاسرج،حسين،2010،4)(6).

المسؤولية الاجتماعية: هي " مسؤولية المنظمة عن الاثار 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)(7)

أهمية المسؤولية الاجتماعية:

تمثل المسؤولية الاجتماعية عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع المجتمع حيث أنها(عبدالقادر،ميسون،2009،117)(8):

تعمل على تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى الزبائن والعاملين، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات تطوعية للمؤسسة تجاه المجتمع.

تعظيم عوائد الدولة في حال وعي المؤسسات بأهمية المسؤولية الاجتماعية.

تحقيق أرباح للمؤسسة على المنظور طويل الأجل.

خلق ظروف بيئية ملائمة لبقاء ونمو وتطور المؤسسات.

أهمية المسؤولية الاجتماعية :أن تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي في استرتيجياتها،يحقق لها العديد من الفؤائد :- (سليمان ،برهان ،2021م) (9)

بالنسبة للمؤسسة : تحسين الصورة ال ذهنية للمؤسسة وترسيخ المظهر الإيجابي لها خصوصا لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة .

وتمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع المتغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع ،كما هناك فوائد أخري تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية .

بالنسبة للمجتمع :الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص .

تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع .

ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح .

الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي علي مستوي الافراد .

بالنسبة للدولة :تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخري .

يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية الي تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية .

المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء علي البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة في دورها في هذا الإطار .

مفهوم جودة الخدمات: اختلف تعريفات الخدمة بشكل عام، ومفهوم جودة الخدمة بشكل خاص، فجودة الخدمة من جانب مقدم الخدمة تتمثل في مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعة، أما جودة الخدمة من منظور المستفيد فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته (سلمان، 2013)(10).

جودة الخدمات المصرفية تقوم علي اساس التزام البنك بالمواصفات القياسية التى تكون الخدمة المصرفية قد صممت علي اساسها من جهة وإدراك العملاء لجودة الخدمة لتي يتلقونها من جهة أخرى ،ويمكن النظر الى جودة الخدمة المصرفية بأنه محصلة التفاعل بين العميل وبين الخدمة التى يقدمها البنك لجهمور العملاء (صبحي ،وفاء ،2007،30)(11)،.

وفي تعريف Stupak & Leitner,2000 (12)لجودة الخدمة :" توقع احتياجات الزبون الحالية والمستقبلية، وترجمة هذه الاحتياجات الى سلعة او خدمة مفيدة وقابلة للاعتماد، وايجاد النظام الذي ينتج السلعة او الخدمة بأقل سعر ممكن. وهذا ما يمثل قيمة جديدة للزبون والارباح بالنسبة للمنظمة". (الصرن، 2007)(13).

ويمكن إجمال مفهوم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء على انها قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العمل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية إن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء".(الزامل وآخرون،2012)(14)

ومن هنا فأنه ينظر الى جودة الخدمة المصرفية على انها ذات قيمة استراتيجية، وان دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بالزبائن واكتساب ولائهم 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 الاخرى، وتخفيض التكاليف بسبب انخفاض الاخطاء في المعاملات المصرفية، الحصول على اسعار وعمولات اكبر، زيادة قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد ، وبيع خدمات مصرفية جديدة، وجعل الزبائن بمثابة مندوبي مبيعات للمصرف من خلال اقناع الزملاء والاقارب على التعامل مع المصرف.

العوامل التي تحدد جودة الخدمات المصرفية في بنك فيصل من وجهة نظر العملاء كما حددها (Payane,1991،)(15)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 أليا او معدات لتدقيق وحساب النقد، او لا يمتلك ابسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء(اجهزة التكييف أو الإضاءة الكافية او المقاعد أو الطاولات.الخ) ستكون نتيجة تقييم خدماته سيئة من قبل العميل، وتعرف الملمسوية 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) (16)، (سلمان، 2013)(10)

الاستجابة: ويعني الى مدى استعداد ورغبة 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 مثلا، 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 لطالبيها، ويتم التركيز هنا على المقدرة الفعلية لدى العاملين على تقديم الخدمة فعلاً في سرور ورحابة ودون تذمر من تقديم تلك الخدمات(سلمان، 2013)(10).

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.

دراسة الحالة: بنك فيصل الإسلامي السوداني

النشأة والتأسيس:

بدأت فكرة نشأة بنوك إسلامية في منتصف السبعينات حيث كانت البداية بإنشاء البنك الإسلامي للتنمية بجدة وهو بنك حكومات وتبع ذلك جهد شعبي وخاص نحو إنشاء بنوك إسلامية كان لسمو الأمير محمد الفيصل فيها الريادة بدعوته لإنشاء بنوك إسلامية كما قامت دار المال الإسلامي وهي شركة قابضة برأسمال قدره بليون دولار بالسعي نحو إقامة بنوك إسلامية في عدد من الأقطار.

ولم يكن السودان بعيد عن تلك الجهود، بل أن فكرة إنشاء بنك إسلامي بالسودان قد برزت لأول مرة بجامعة أم درمان الإسلامية عام 1966م إلا أن الفكرة لم تجد طريقها للتنفيذ. وفي فبراير 1976م أفلحت جهود الأمير محمد الفيصل ونفر كريم من السودانيين في الحصول على موافقة الرئيس الأسبق جعفر محمد نميري على قيام بنك إسلامي بالسودان وقد تم بالفعل إنشاء بنك فيصل الإسلامي السوداني بموجب الأمر المؤقت رقم 9لسنة 1977م بتاريخ 1977/4/4م الذي تمت إجازته من السلطه التشريعية مجلس الشعب آنذاك.

وفي مايو 1977م اجتمع ستة وثمانون من المؤسسين السودانيين والسعوديين وبعض مواطني الدول الإسلامية الأخرى ووافقوا على فكرة التأسيس واكتتبوا فيما بينهم نصف رأس المال المصدق به آنذاك والبالغ ستة مليون جنيه سوداني. وفي 18أغسطس 1977م تم تسجيل بنك فيصل الإسلامي السوداني كشركة مساهمة عامة محدودة وفق قانون الشركات لعام 1925م.هذا وقد باشر البنك أعماله فعلياً اعتباراً من مايو 1978م.

وقد حدد قانون إنشاء البنك على إن يعمل البنك وفقا لأحكام الشريعة الإسلاميةعلى تدعيم تنمية المجتمع وذلك بالقيام بجميع الأعمال المصرفية والمالية والتجارية هوأعمال الإستثمار،كما يجوز له لتحقيق اغراضه إنشاء شركات تأمين تعاوني أو أي شركات أخرى، يجوز له كذلك وفق القانون الخاص المذكور المساهمة في مناشط التنمية الاقتصادية الاجتماعية داخل السودان وخارجه وقد حددالقانون ان يكون للبنك راس مال لا يقل عن ستة ملايين جنية سوداني،وترك لعقد التاسيس والنظام الاساسي للبنك توزيع راس المال آلي (إدارة البحوث الاقتصادية ببنك فيصل الإسلامي السوداني،2019)(17)

اسهم ونسبة المساهمة ونص صراحه ان تدفع مساهمة الجانب غير السوداني بعمله قابله للتحويل. واستثنى القانون الخاص المشار اليه البنك من القوانين المنظمه للخدمة هوفوائد مابعدالخدمة التي يحددها البنك عن الحد الادنى المنصوص عليه في تلك القوانين وكذلك استثنى البنك من القوانين المنظمة للتامين وقانون ديوان المراجع العام لسنة 1970م أو اي قانون اخر يحل محله،كما أعفى كذلك من المواد 32،44،45 من قانون بنك السودان وذلك دون المساس بسلطة بنك السودان بالإشراف على السياسه الإئتمانية للبنك

وتوجيهها.اما اموال البنك وارباحه فقد أعفيت من جميع انواع الضرائب، وكذلك الاموال المودعة بالبنك للاستثمارومرتبات وأجور ومكافآت ومعاشات جميع العاملين بالبنك ورئيس واعضاء مجلس ادارته وهيئة الرقابه الشرعية. (ملفات البحوث الاقتصادية ببنك فيصل الإسلامي السوداني،2019)(18).

المسؤولية الاجتماعية في البنك:

بنك فيصل الإسلامي السوداني أول بنك إسلامي في السودان وثاني بنك على مستوى العالم من حيث التأسيس، وحقق البنك نجاحاً باهراً عبر مسيرته الطويلة. كما ساهم البنك في التنمية الإقتصادية والإجتماعية من خلال مساهمته المقدرة في التمويل والإستثمار للقطاعات الإقتصادية على مستوى الأفراد والمؤسسات والشركات وتمويل البنيات التحتية للإقتصاد السوداني، وساهم البنك في كافة المحافظ بغرض تمويل المشروعات التنموية ، وأسس ثلاث شركات تعمل في مجالات الإستثمار المالي والتجاري والعقاري ، كما ساهم البنك في التنمية من خلال ضريبة أرباح الأعمال وتمويل القطاعات الحرفية والمهنية .

بالإضافة إلى ذلك فإن البنك لعب دوراً كبيراً في نشر الثقافة المصرفية الإسلامية على المستويين المحلي والعالمي مما كان له الأثر الفعال في زيادة معرفة الجمهور وإلمامهم بالمعاملات الإسلامية والخدمات المصرفية ، وذلك من خلال سلسلة المطبوعات التي أصدرها البنك والتي تتناول فقه البيوع والخدمات المصرفية الإسلامية والمنتجات الاستثمارية المتبعة في البنك وفقاً لما جاءت به الشريعة الإسلامية ، كذلك من خلال إصدارات البنك الدورية والمتمثلة في مجلة المال والإقتصاد ونشرة الرائد ، هذا بجانب الندوات التي يعقدها البنك ، فضلاً عن موقع البنك الإلكتروني والذي يعد من أغنى المواقع المصرفية من حيث الشكل والمضمون وعنوان الموقع هو fibsudan.com .

وفي جانب آخر فإن للبنك فضل الريادة في إرساء تجربة التأمين التعاوني حيث أنشأ البنك أول شركة تأمين إسلامية في العالم أصبحت الآن مرجعاً أساسياً للتأمين الإسلامي على مستوى العالم تقوم بتلبية كافة احتياجات العملاء في مجال الخدمات التأمينية، وقام البنك بدوره الإجتماعى التكافلي بتقديم المساعدات الإنسانية المتمثلة في دعم الفقراء والمساكين والمرضى من المساهمين وغيرهم، كما قدم الدعم للمشروعات الصحية والتعليمية والمساجد والخلاوى والجامعات والمعاهد العليا والأندية الرياضية والمؤسسات الإجتماعية والثقافية.

الدراسة الميدانية

اولاً: اساليب وأدوات بيانات الدراسة

1. مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة بالافراد العاملين ببنك فيصل الاسلامي السوداني.

وقد بلغ عدد الموظفين ببنك فيصل السوداني الرئاسة (فيحاء) 780 موظف .

2. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية قصدية من العاملين ببنك فيصل الاسلامي السوداني، حيث تم اعداد (60) استمارة استبيان وزعت من قبل الباحثةه للقدرة على توضيح الفقرات للمستجيبين في حالة وجود أي اشكالية وتم اعطاء الوقت الكافي للمستجيب للحصول على بيانات دقيقة، تم استرداد (55) استبانة بنسبة بلغت 75% وبعد اجراء عملية الترميز وجد ان هناك خمس إستمارات غير صالحة لتكون عدد الاستمارات المعتمدة في التحليل (55) استمارة.

إذاً ———— حجم العينة =	**44.3438914**

1.96	0.05
0.5	0.0025

$$n=\frac{N\times p(1-p)}{\left[\left[N-1\times\left(d^2\div z^2\right)\right]+p(1-p)\right]}$$

حجم المجتمع	N
الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96	z
نسبة الخطأ وتساوي 0.05	d
نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50	p

3. اداة الدراسة:

وقد اشتملت الاستبانة على ثلاث محاور كالأتي :

أ. المحور الاول: تمثل بالمعلومات الشخصية ذات الصلة بأفراد العينة المختارة (النوع، العمر، المؤهل العلمي، خبرة العميل مع البنك، المهنة، نوع الحساب).

ب. المحور الثاني: اشتمل على الفقرات المتعلقة بالمتغير المستقل المسوؤلية الإجتماعية، وقد تكونت من (6) فقرات تم من خلالها قياس المتغير.

ج. المحور الثالث: اشتمل على الفقرات المتعلقة بالمتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) وقد تكونت من 3 أبعاد تتضمن (12) فقرة غطت المتغير التابع، وللوصول الى مدى ملائمة الاستبانة لما صممت اليه تم اختبار الصدق والثبات لاستمارة الدراسة من خلال الاتي:

4. الصداقة الظاهري:

تم عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين المختصين في مجال الدراسة وقد تم الاخذ في ملاحظات وأراء السادة المحكمين من خلال حذف بعض الفقرات وإعادة صياغة البعض الاخر لتكون استمارة الاستبانه في صيغتها النهاية تتلاءم مع طبيعة الدراسة والغرض الذي اعدت من اجلة.

5. ثبات الأستبانة :

تم احتساب ثبات فقرات الاستبانة باستخدام الطريقة الاحصائية كرونباخ الفا والجدول ادناه يبين معامل كورنباخ الفا لكافة متغيرات الدراسة:

جدول رقم (1) معامل كورنباخ الفا لمتغيرات الدراسة .

الابعاد	معامل كورنباخ الفا
المسؤولية الإجتماعية	0.749
الاستجابة	0.788
الاعتمادية	0.720
الملموسية	0.781
الاجمالي	0.921

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية 2021م

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن جميع متغيرات الدراسة الأساسية تتمتع بمعدل ثبات مقبول بعد أن وصل إجمالى معدل كورنباخ ألفا لمتغيرات الدراسة ككل (0.921) هذا مايدل على دقة فقرات الإستبانة وإمكانية الوثوق بها.

ثانياً: عرض وتحليل نتائج فقرات استبانة الدراسة

1. عرض وتحليل نتائج المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية:

وقد اشتمل هذا المتغير على ستة فقرات كانت نتاجها كما موضح في الجدول ادناة .

جدول رقم (2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات مفردات عينة الدراسة على فقرات المتغير المستقل (المسؤولية الإجتماعية)

المسؤولية الإجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق	النتيجة
1. يستخدم البنك تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث.	4.200	0.761	%84	مرتفع
2. يساهم البنك بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.	3.300	1.022	%66	مرتفع
3. يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مستشفيات.	3.600	1.037	%72	مرتفع
4. تتوافق رسالة البنك وأهدافه مع اهداف وقيم المجتمع.	4,190	0.761	%83.8	مرتفع
5. يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها.	3.600	0.814	%72	مرتفع
6. يتبع البنك أساليب حديثة في حماية البيئة.	3.600	0.814	%72	مرتفع
المؤشر الكلي	3,750	0.583	%75	مرتفع

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية2021م.

الجدول اعلاه يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونسبة الاتفاق لفقرات المسؤولية الاجتماعية لقياس أهميتها في البنك وفقاً لوجهة نظر العينة المستهدفة، ويتبين من المؤشرات اعلاه إن المسؤولية الاجتماعية متوفره من خلال قسم الدراسات والأبحاث ، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3,750) بانحراف معياري قدره (0.583) مع وجود اتفاق كلي بنسبة (75%) في اجابات افراد العينة، أما على مستوى الفقرات فقد حصلت الفقرة الأولى (**يستخدم البنك تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث**) التي حصلت على نسبة اتفاق عالي وصلت الى (84%) بمتوسط حسابي (4,20) وبانحراف معياري (0.761)، كما وان جميع الفقرات حققت نتيجة مرتفعة.

2. عرض وتحليل نتائج فقرات المتغير التابع جودة الخدمات المصرفية بعد الاستجابة:

جدول رقم (3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات مفردات عينة الدراسة على فقرات المتغير التابع المحور الأول (الاستجابة)

الاستجابة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق	النتيجة
تهم إدارة البنك بشكاوى واستفسارات العملاء.	4.60	.498	%92.0	مرتفع
موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة.	4.70	.466	%94.0	مرتفع
يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز.	4.50	.508	%90.0	مرتفع
يرد المصرف على طلبات الزبائن بشكل مريح.	4.10	.959	%82	مرتفع
المؤشر الكلي	4.47	.501	%79	مرتفع

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية2021م

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان ادارة البنك تهتم بالعملاء من خلال الاستجابة لشكاوي واستفسارات العملاء، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.47) بانحراف معياري قدره (501.) ووصلت نسبة الاتفاق الكلية الي (79%) اي ان هناك نتيجة مرتفعة تدل على الاهتمام بتنظيم المعرفة وتقييمها، ما يؤكد هذه النتيجه ارتفاع المؤشر الكلي للمتوسط الحسابي عن قيمة الاختبار المعتمد بمقدار (0.79) ، اما على مستوى الفقرات فقد عززت الفقرة الثانية المتمثلة (**موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة**) بعد ان حققت اعلى متوسط حسابي بلغ (4.70) بانحراف معياري (466.) وبنسبة اتفاق (94.0%) لأفراد العينة مما يدل على ان هناك اهتمام من قبل موظفي البنك بتقديم المساعدة.

3. عرض وتحليل نتائج فقرات المتغير التابع جودة الخدمات المصرفية بعد الاعتمادية:

من الابعاد الاساسية التي ترتكز عليها جودة الخدمة المصرفية لتحقيق أداء متميز إشتمل هذا البعد على اربع فقرات وكانت نتائج تحليل البيانات كما موضح في الجدول ادناه.

جدول رقم (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات مفردات عينة الدراسة على فقرات المتغير التابع المحور الثاني (الاعتمادية)

الاعتمادية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق	النتيجة
1. يؤدي البنك خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير.	4.30	.466	%86.0	مرتفع
2. يعمل البنك على حل مشاكل المشتركين المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر.	4.50	.508	%90.0	مرتفع
3. يؤدي البنك خدماتها بشكل متميز.	4.40	.674	%88.0	مرتفع
4. يعمل البنك على حل مشاكل المشتركين المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر	4.30	.651	%86.0	مرتفع
المؤشر الكلي	4.37	.429	%87.4	مرتفع

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية 2021م

نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام بلغ (4.37) بانحراف معياري قدره (429.) مع وجود اتفاق كلي نسبته (87.4%) ، أما على مستوى الفقرات فقد حصلت الفقرة الثانية (**يعمل البنك على حل مشاكل المشتركين المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر**) على اعلى متوسط حسابي من بين الفقرات بلغ (4,50) بانحراف معياري قدره (508.) ونسبة اتفاق (90.0%) وهذا يدل على ان ادارة البنك تولى اهتماماً خاص بمشاكل.

4. عرض وتحليل نتائج فقرات المتغير التابع جودة الخدمات المصرفية بعد الملمسوية:

جدول رقم (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات مفردات عينة الدراسة على فقرات المتغير التابع المحور الثالث (الملموسية)

الملموسية	**المتوسط الحسابي**	**الانحراف المعياري**	**نسبة الاتفاق**	**النتيجة**
1. يستخدم البنك معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة.	4.60	.674	%92.0	مرتفع
2. مواقع البنك المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول اليها بسهولة.	4.50	.682	%90.0	مرتفع
3. التصميم الداخلي للبنك يوفر جواً مريحاً لك.	4.70	.466	%94.0	مرتفعة
4. يهتم البنك بالنظافة والإضاءة والتكييف.	4.80	.406	%96.0	مرتفع
المؤشر الكلي	**4.65**	**.443**	**%93.0**	**مرتفع**

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية 2021م

الجدول اعلاة يعرض النتائج المتعلقة بفقرات بعد الملموسية من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونسبة الاتفاق والنتيجة الكلية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (4.65) بانحراف معياري (443.) ونسبة اتفاق في اراء المستجيبين وصلت الى (93.0%)، اما على مستوى الفقرات التي تدعم هذه النتيجة فقد سجلت الفقرة الرابعة (**يهتم البنك بالنظافة والإضاءة والتكييف**) اعلا متوسط حسابي بلغ (4,80) بانحراف معياري قدرة (406.) ونسبة اتفاق في الاراء وصلت الى (96.0%).

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة وتحليل لعلاقة الارتباط والتأثير:

يهدف الباحثة في هذه الفقرة إلى اختبار فرضيات الدراسة ، وعرض علاقات الارتباط والتأثير وتحليلها ويوضح الجدول ادناه المؤشرات التي يكمن من خلالها الاستدلال حول العلاقة والتأثير للتعرف على مدى صحة الفرضيات .

الجدول (6) المؤشرات التي توضع العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة (F) المحسوبة	قيمة (T) المحسوبة
المسؤولية الاجتماعية	جودة الخدمات المصرفية	.867**	.751*	84.630	8.381
	الاستجابة	.773**	.598*	41.640	6.453
	الاعتمادية	.852**	.726*	74.010	7.330
	الملموسية	.766**	.587*	39.860	7.049

المصدر: اعداد الباحثة بالأعتماد على بيانات الدراسة الميدانية 2021م.

** تدل على ارتباط وتأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0,05)

الفرضية الرئيسية : توجد علاقة وأثر ذات دلالة احصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية.

من الجدول (6) يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة معنوية بين (**تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية**) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (.867**) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية، أما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (.751) وهي تشير إلى أن ما مقداره (75.1%) من التغير الحاصل في جودة الخدمات المصرفية مفسر بفعل المسؤولية الاجتماعية، وإن النسبة المتبقية (24.9%) تعزى إلى عوامل أخرى غير معروفة.

بلغت قيمة (F) (84.630) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) مما يشير إلى معنوية النموذج ووجود تجانس وتباين بين المتغيرين.

بلغت قيمة (t) (8.381) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) توضح الدلالة الإحصائية وقوة العلاقة بين المتغيرين.

مما سبق من نتائج يتم قبول الفرضية الرئيسية (**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية**).

الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء:

من الجدول (6) يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة معنوية بين (**تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء**) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (.773**) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء، أما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (0.598) وهي تشير إلى أن ما مقداره (59.8%) من التغير الحاصل في جودة الخدمات المصرفية مفسر بفعل أثر المسؤولية الاجتماعية على بعد الاستجابة للعملاء، وإن النسبة المتبقية

(40.2%) تعزى إلى عوامل أخرى غير معروفة.

بلغت قيمة (F) (41.640) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) مما يشير إلى معنوية النموذج ووجود تجانس وتباين بين المتغيرين.

بلغت قيمة (t) (6.453) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) توضح الدلالة الإحصائية وقوة العلاقة بين المتغيرين.

مما سبق من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى (**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء في جودة الخدمات المصرفية**).

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية في جودة الخدمات المصرفية.

من الجدول (6) يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة معنوية بين (**تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية في الخدمات المصرفية**) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (**.852) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين **تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية**، أما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (.726) وهي تشير إلى أن ما مقداره (72.6%) من التغير الحاصل في جودة الخدمات المصرفية مفسر بفعل أثر المسؤولية الاجتماعية على بعد الاعتمادية، وإن النسبة المتبقية (18.2%) تعزى إلى عوامل أخرى غير معروفة.

بلغت قيمة (F) (74.010) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) مما يشير إلى معنوية النموذج ووجود تجانس وتباين بين المتغيرين.

بلغت قيمة (t) (7.330) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) توضح الدلالة الإحصائية وقوة العلاقة بين المتغيرين.

مما سبق من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية (**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية في جودة الخدمات المصرفية**).

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمة المصرفية.

من الجدول (6) يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة معنوية بين (**تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمة المصرفية**) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (**.766) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمة المصرفية ، أما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (.587) وهي تشير إلى أن ما مقداره (58.7%) من التغير الحاصل في جودة الخدمات المصرفية مفسر بفعل أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على بعد الملموسية، وإن النسبة المتبقية (41.3%) تعزى إلى عوامل أخرى غير معروفة.

بلغت قيمة (F) (39.860) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) مما يشير إلى معنوية النموذج ووجود تجانس وتباين بين المتغيرين.

بلغت قيمة (t) (7.049) بمستوى دلالة ($sig < 0.05$) توضح الدلالة الإحصائية وقوة العلاقة بين المتغيرين.

مما سبق من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة (**تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمة المصرفية**).

جدول (7) العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والإستجابة

المقياس الإحصائي	القيمة	مستوى الدلالة	الدلالة
معامل ارتباط سيبرمان (R)	0.77	0.000	دالة إحصائياً
معامل التحديد (R^2)	0.60		
قيمة (F) المحسوبة	41.64		
قيمة معامل الانحدار (B)	1. 98	0.000	دالة إحصائياً
قيمة (T) المحسوبة	5.075		

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2021م.

الجدول (7) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الاستجابة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.77) وهذه النتيجة تُشير إلى وجود ارتباط طردي قوي ومؤثر معنوياً بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة ، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.60) وهى نسبة ماتفسره (المسؤولية الاجتماعية) فى (جودة الخدمة المصرفية بُعد الاستجابة) كما تشير النتائج إلى ثبات معنوية معامل الانحدار (B) والبالغة (1.98) ومستوى الدلالة لها (0.000) هي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وجاءت قيمة (T) المحسوبة (5.075) ومستوى الدلالة (0.000) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، ومن خلال النتائج أعلاه توصل الباحث إلى وجود علاقة دلالة طردية قوية و معنوية بين المتغيرين. أي كلما كان هنالك تطبيق للمسؤولية الاجتماعية إنعكس ذلك بأثر إيجابى على الاستجابة في جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرض القائل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية.

جدول (8) العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية

المقياس الإحصائي	القيمة	مستوى الدلال	الدلالة
معامل ارتباط سيبرمان (R)	0.85	0.000	دالة إحصائياً
معامل التحديد (R^2)	0.73		
قيمة (F) المحسوبة	74.01		
قيمة معامل الانحدار (B)	2. 25	0.000	دالة إحصائياً
قيمة (T) المحسوبة	7.33		

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2021م.

الجدول (8) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الاعتمادية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.85) وهذه النتيجة تُشير إلى وجود ارتباط طردي قوي ومؤثر معنوياً بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة ، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.73) وهى نسبة ماتفسره (المسؤولية الاجتماعية) فى (جودة الخدمة المصرفية بُعد الاعتمادية) كما تشير النتائج إلى ثبات معنوية معامل الانحدار (B) والبالغة (2.25) ومستوى الدلالة لها (0.000) هي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وجاءت قيمة (T) المحسوبة (7.33) ومستوى الدلالة (0.000) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، ومن خلال النتائج أعلاه توصل الباحث إلى وجود علاقة دلالة طردية قوية و معنوية بين المتغيرين. أي كلما كان هنالك تطبيق للمسؤولية الاجتماعية إنعكس ذلك بأثر إيجابى على الاعتمادية في جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرض القائل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية.

جدول (9) العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والملموسية

المقياس الإحصائي	القيمة	مستوى الدلال	الدلالة
معامل ارتباط سيبرمان (R)	0 77.	0.000	دالة إحصائياً
معامل التحديد (R^2)	0.59		
قيمة (F) المحسوبة	39.86		
قيمة معامل الانحدار (B)	2. 466	0.000	دالة إحصائياً
قيمة (T) المحسوبة	7.049		

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2021م.

الجدول (9) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الملموسية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.77) وهذه النتيجة تُشير إلى وجود ارتباط طردي قوي ومؤثر معنوياً بين المسؤولية الاجتماعية والملموسية ، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.59) وهى نسبة ماتفسره (المسؤولية الاجتماعية) فى (جودة الخدمة المصرفية بُعد الملموسية) كما تشير النتائج إلى ثبات معنوية معامل الانحدار (B) والبالغة (2.466) ومستوى الدلالة لها (0.000) هي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وجاءت قيمة (T) المحسوبة (7.049) ومستوى الدلالة (0.000) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، ومن خلال النتائج أعلاه توصل الباحث إلى وجود علاقة دلالة طردية قوية و معنوية بين المتغيرين. أي كلما كان هنالك تطبيق للمسؤولية الاجتماعية إنعكس ذلك بأثر إيجابى على الملموسية في جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرض القائل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية.

النتائج:

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج والتوصيات سيتم عرضها كما يلي:

1. اظهرت الدراسة صحة الفرضية القائلة، وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة المصرفية.
2. أكدت الدراسة صحة الفرضية القائلة، وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاستجابة للعملاء.
3. اثبتت نتائج الدراسة صحة الفرضية القائلة، وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاعتمادية في جودة الخدمات المصرفية.
4. اظهر تحليل الدراسة صحة الفرضية القائلة، وجود علاقة ارتباطية قوية بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والملموسية في جودة الخدمة المصرفية.
5. أظهرت الدراسة ان الخدمات التي يقدمها البنك للعملاء تشبع رغبات وحاجات العملاء لضرورة الحفاظ على العملاء وزيادة ولائهم.
6. ان ادارة البنك تهتم بالعملاء من خلال الاستجابة لشكاوي واستفسارات العملاء.
7. اظهرت الدراسة ان البنك يستخدم تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث.

التوصيات:

توصلت الدراسة من خلال النتائج الى عدد من التوصيات:

1. ضرورة الاهتمام بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعمل على المساهمة في الخدمة الاجتماعية لتحسين صورة ودور البنك للاقتصاد والمجتمع.
2. ضرورة اهتمام البنك بحاجات ورغبات العملاء والعمل على اشباعها حتي يستطيع كسب ولاء العملاء والحفاظ عليهم والعمل على جزب الآخرين.
3. لا بد للبنك ان يقوم بالأطلاع بشكل مستمر على احدث الاساليب والامكانات لتطوير جودة الخدمة المصرفية.
4. توفير صندوق لتلقي شكاوي العملاء ومطالبهم وسرعة الاستجابة لشكاوي العملاء والعمل على حلها وتوفير كل مطالب العملاء للحفاظ عليهم.
5. ضرورة ان يساهم البنك في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان، وتقليل نسبة البطالة من خلال تقديم خدمات التمويل للمشروعات.

المصادر والمراجع

1. عمر محمد الرفيق، أثر المسئولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في الشركات السودانية، رسالة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال، غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م.
2. محمد حسب الرسول، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على رضا العاملين، دراسة تطبيقية على مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية، بنك الشمال الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم التكنولوجيا، 2016م.
3. أحمد محمد صالح، أثر المسئولية الاجتماعية على تحقيق رسالة الشركة، دراسة حالة الشركة السودانية للاتصالات المحدودة (سوداتل)، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، غير منشورة، جامعة النيلين، 2014م.
4. فريد كريمان، المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006).
5. الحسن أبوبكر، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة–دراسة حالة لمؤسسة نفطال، مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير– بسكرة، 2014م
6. حسين الاسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جسر التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية تصدر عن المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد90، فبراير 2010م.
7. 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.
8. ميسون عبد القادر، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض التغيرات، رسالة لنيل درجة الماجستير كلية التربية علم النفس، الجامعة الاسلامية، 2009م .
9. برهان سليمان ، مواقع التواصل الاجتماعي،2021/8/8م
10. محمد ابراهيم سلمان ،مستوي الجودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصي بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة Servperf، مجلة جامعة الأقصي ،المجلد السابع عشر،يناير 2013م.
11. وفاء صبحي التميمي ،أثر الاتبكار التسويقي في الجودة الخدمات المصرفية ،دراسة ميدانية المصارف التجارية الأردنية ،المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر العدد الأول ،2007م.

12. RonaldJ, Stupak, PeterM. Leitner, (2000). *Handbook of public quality*

13. رعد حسن الصرن ،أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية ،دراسة نظرية ،مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 2،عمان :2007م .
14. الزامل ،محمود ،أحمد، ناصر" محمد سعود"جردات ،أحمد يوسف عريقات ،سحر حمد فوطة ،تسويق الخدمات المصرفية،اثراء لنشر والتوزيع ،عمان،2012م.

15. christopher، M.، Payne، A.، & Ballantine, D. (1991). Relationship marketing: bringing quality customer service and marketing together.

16خولة بنت محمد الشويعر،قياس جودة خدمات المكتبات العامة دراسة حالة مكتبة الملك عبد العزيز العامة بالرياض ،مجلة دراسات المعلومات ،العدد الخامس ،الرياض 2009م

17.إدارة البحوث والتطوير ببنك فيصل الإسلامى السودانى،2019م.

18.ملفات البحوث الاقتصادية ببنك فيصل الإسلامي السوداني،2019م.