Sirte University Journal of Humanities **(SUJH)** مجلة جامعة سرت للعلوم الإنسانية
Source Homepage: http://journal.su.edu.ly/index.php/Humanities/index
https://doi.org/10.37375/sujh.v13i2.2419

مدى التزام المصارف التجارية الليبية بالمسؤولية الاجتماعية (دراسة ميدانية على فروع المصارف التجارية العاملة بمدينة سرت)

د.علي مفتاح التائب **أ. إبراهيم محمد عبدالكريم**
ali1976@su.edu.ly **m.ibrahiem440@gmail.com**
كلية الاقتصاد / جامعة سرت / ليبيا

تاريخ الوصول:2023.10.25 تاريخ الموافقة:2023.11.05

الملخّص

أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والمنظمات الاقتصادية محل اهتمام العديد من الدول، باعتبارها إحدى الوسائل التي تُسهم في تحقيق رفاهية المجتمع والارتقاء به نحو الأفضل، ونظرا للضغوط المتزايدة على المصارف التجارية الليبية بشأن القيام بدورها تجاه البيئة المجتمعية من خلال التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية، هدفت هذه الدراسة للتحقق من مدى التزام المصارف التجارية الليبية بتلك المسؤولية، ولتحقيق ذلك الهدف تم الاعتماد على منهج البحث الوصفي وأساليبه المعروفة، حيث تم استخدام أسلوب المسح الميداني لغرض جمع البيانات اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الاستعانة بنموذج استبيان تم تصميمه لهذا الغرض.
وقد خلصت الدراسة إلى بيان أن المصارف الليبية المبحوثة ملتزمة بآداء واجباتها الاجتماعية والبيئية، كما تسهم في دعم أغلب الأنشطة الداعمة لحركة الاقتصاد، خصوصا تلك المتعلقة بتطوير خدمات تلك الفروع، عليه أوصت الدراسة إدارات المصارف التجارية الليبية العمل على بذل مزيد من الجهد تجاه برامج المسؤولية الاجتماعية، من خلال زيادة التركيز على البعد الثقافي والاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بدعم الأنشطة والنوادي الرياضية.

الكلمات المفتاحية:
المسؤولية الاجتماعية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية بالمصارف التجارية الليبية.

The extent of Libyan commercial banks' commitment to social responsibility (A field study on the branches of commercial banks operating in the city of Sirte)

Ali Muftah Eltaeb **Ibrahiem Mohammed A.**
Faculty of Economics, University of Sirte, Libya

Abstract

The social responsibility of economic institutions and organizations is of interest to many countries, as it is one of the means that contribute to achieving the well-being of society and improving it for the better. Given the increasing pressure on Libyan commercial banks to play their role towards the societal environment through their commitment to their social responsibilities, this study aimed to determine the extent of Libyan commercial banks' commitment to that responsibility. To achieve this goal, a descriptive research approach and its known methods was adopted, where the field survey method was used for the purpose of collecting the data necessary to test the study hypotheses, through the use of a questionnaire form that was designed for this purpose. The study concluded by stating that the Libyan banks studied are committed to performing their social and environmental duties and also contribute to supporting most of the activities that support the movement of the economy, especially those related to developing the services of those branches. Therefore, the study recommended that the managements of Libyan commercial banks work to exert more effort towards social responsibility programs, including: Through increased focus on the cultural and social dimension, especially with regard to supporting sports activities and clubs.

Keywords

Social responsibility, dimensions of social responsibility, social responsibility in Libyan commercial banks.

1- الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة:

يعتبر القطاع المصرفي أحد أهم القطاعات الداعمة للاقتصاد بصفة عامة، وتنمية المجتمع على وجه الخصوص، وذلك من خلال توجيه الأموال والاستثمارات نحو المشاريع التنموية التي تُسهم في تحسين البيئة المجتمعية، فالمصارف يقع على عاتقها تحمل مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع، إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف هو مفهوم شامل يضم تحت مظلته كافة حملات التوعية المختلفة والرعاية الاجتماعية، والرعاية الصحية والرياضية، ودعم التعليم والتدريب، والتوظيف، والأنشطة الثقافية والتراثية، والتفاعل مع الجهات الحكومية والجمعيات الخيرية (الزيود2010)، وهي بهذا المفهوم ركن أساسي من أركان بناء المجتمع، ودعامة من دعائم الحياة المجتمعية المستقرة.

لم يعد تقييم المصارف على مدى ربحيتها أو مركزها المالي فقط، بل يجب على المصارف أن تتوسع في نشاطاتها نحو المجتمعات لتواكب جميع التطورات لخلق بيئة عمل ناجحة وعملاقة وفعالة عالمياً، المسؤولية الاجتماعية بالمصارف تلعب دورا أساسيًّا في تكوين سمعة المصرف والرفع

من قدراته على جذب عملاء جدد، والحفاظ على الموظفين وتنشيط دوافع العمل والإبداع وزيادة الإنتاجية، حيث ينبع رضا العملاء من جوانب مختلفة مثل: جودة الخدمات المصرفية، أسعار العملات المصرفية، وجود الفروع المختلفة، والشفافية في التعامل، وللمسؤولية الاجتماعية دور هام في تحسين صورة المصارف والذي بدوره يعود بالنفع على البيئة والمجتمع، فقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بآداء مسؤولياتها الاجتماعية.

2.1 مشكلة الدراسة:

من خلال ما تم عرضه في مقدمة الدراسة، ونظراً لأهمية اهتمام المصارف بالقيام بدورها تجاه البيئة المجتمعية، من خلال التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية، وما قد يعود من ذلك بالنفع على جميع الأطراف ذات العلاقة (المصرف، العملاء، المساهمين، المجتمع)، ونظرا للضغوط المتزايدة على المصارف التجارية الليبية بشأن توجيه الدعم تجاه المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، عليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

هل المصارف التجارية الليبية ملتزمة بآداء مسؤولياتها الاجتماعية؟

3.1 فرضيات الدراسة: استناداً إلى مشكلة الدراسة وأهدافها، تمت صياغة فرضيات الدراسة، كالتالي:

- لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.
- لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.
- لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد الثقافي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية.

4.1 أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية موضوع المسؤولية الاجتماعية بالمصارف التي تناولته، حيث تبرز الأهمية العملية للدراسة من خلال التحقق من مدى التزام المصارف التجارية الليبية بآداء واجباتها الاجتماعية والبيئية تجاه المجتمع، والتي قد تفيد المصارف عينة الدراسة في التعرف على واقع قيامها بدورها اتجاه المجتمع، بالإضافة إلى الأهمية العلمية والمرجعية التي قد تضيفها الدراسة في هذا المجال.

5.1 أهداف الدراسة:

لإنجاز هذه الدراسة تم صياغة الأهداف التالية:

1-التعرف على مفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية بالمصارف التجارية.

2-التعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بآداء مسؤولياتها الاجتماعية.

3-تقديم توصيات علمية قد تساعد المصارف التجارية الليبية في فهم أهمية المسؤولية الاجتماعية.

6.1 منهجية الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستراتيجياته، على النحو التالي:

أولا: البيانات اللازمة للدراسة:

البيانات الثانوية: تم جمع البيانات الثانوية اللازمة لتحقيق الهدف الأول والثاني للدراسة، من خلال الرجوع إلى الكتب والأبحاث والدراسات السابقة، والتقارير حول موضوع الدراسة.

البيانات الأولية: تم جمع البيانات الأولية اللازمة لتحقيق الهدف الثالث للدراسة من خلال توزيع استبيان على عينة من مجتمع الدراسة، والتي تمثلت في المصارف التجارية الليبية العاملة في مدينة سرت.

ثانيا: أساليب تحليل البيانات:

تم إجراء المعالجات الإحصائية لجمع البيانات المجمعة بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

7.1 مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة متمثل في جميع المصارف التجارية العاملة في ليبيا، أما عينة الدراسة فقد اقتصرت على المصارف التجارية العاملة بمدينة سرت وهي كالتالي: مصرف الوحدة فرع جامعة سرت، مصرف الوحدة الرئيسي، مصرف شمال أفريقيا، المصرف التجاري الوطني، مصرف التجارة والتنمية، مصرف الصحاري، مصرف الجمهورية.

8.1 حدود الدراسة:

الحدود المكانية: اقتصرت الحدود المكانية على المصارف التجارية العاملة بالنطاق الجغرافي لمدينة سرت.

الحدود الزمنية: وهي فترة إعداد الدراسة خلال سنة 2023م.

الحدود الموضوعية: اقتصرت على المسؤولية الاجتماعية بالمصارف التجارية.

9.1 الدراسات السابقة:

دراسة عبد الرحمن (1997) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مجالاتها، معوقات الوفاء بها: دراسة ميدانية تطبيقية".

أجريت الدراسة على عينة من الشركات الصناعية التابعة لقطاع الأعمال العام في ثلاثة محافظات بمصر، بهدف لقياس الأهمية النسبية

لمجالات المسؤولية الاجتماعية الخمسة (رفاهية العاملين، حماية المستهلكين، حقوق المالكين، العلاقة مع المجتمع، حماية البيئة) على مقياس ليكرت الخماسي، وتوصلت الدراسة إلى أن أهمية مجالات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال تترتب حسب أولوياتها بدأً من حقوق المالكين، ثم المستهلكين، ثم العاملين وأقلها أهمية ما يرتبط بالعلاقة مع المجتمع والبيئة.

دراسة دسوقي ودار (2007) بعنوان "تصورات أصحاب المصالح حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: دراسة حالة الاقتصاد الماليزي".

هدفت الدراسة إلى استكشاف تصورات مختلف أصحاب المصلحة في البنوك الإسلامية في ماليزيا فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، حيث استندت الدراسة إلى بيانات تم جمعها من مجموعات متعددة من أصحاب المصلحة من بنكين إسلاميين متكاملين في ماليزيا، وهما بنك إسلام ماليزيا بيرهاد (BIMB) وبنك معاملات ماليزيا بيرهاد (BMMB)، أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين القيم التنظيمية المولدة لأصحاب المصلحة، وممارسات المسؤولية الاجتماعية للبنوك.

دراسة الحوراني (2009) بعنوان "اتجاهات الرأي في إدارة الشركات الأردنية تجاه المسؤولية الاجتماعية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الرأي في إدارة الشركات الأردنية تجاه المسؤولية الاجتماعية، وما إذا كانت مدرجة ضمن استراتيجياتها أم لا، وكيف تفهم الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية، كما هدفت الدراسة للتعرف على عوامل تحضير ممارسة المسؤولية الاجتماعية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة تتضمن أسئلة شاملة لمختلف المحاور ذات العلاقة بأهدافها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج على صعيد فهم المديرين التنفيذيين وإدارات الشركات المسؤولية الاجتماعية، حيث كشفت أن 71.3% من المتطلعين يفهمون المسؤولية الاجتماعية على أنها تعني التزام شركاتهم بالقوانين النافذة، وأفاد 57% منهم أنها تعني تحسين بيئة الشركة الداخلية، في حين أفاد 53.8% منهم أنها تعني تحسين خدمة الزبائن وقال 50.7% أنها تعني خدمة المجتمع ككل، وربط 43.9 % المسؤولية الاجتماعية بعمل الخير والإحسان، وتقديم التبرعات.

دراسة فنير (2009) بعنوان "أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قرارات منع القروض والتسهيلات الائتمانية".

هدفت إلى الكشف عن أثر الإفصاح المحاسبي عن معلومات المسئولية الاجتماعية للمصارف الليبية على قرارات مانحي القروض والتسهيلات الائتمانية، حيث أظهرت النتائج وجود قصور في الإفصاح عن القوائم المالية مما أدى إلى تدني دور المصارف الليبية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

دراسة الزيود (2010) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في الأردن".

هدفت الدراسة إلى بيان مدى التزام المصارف العاملة في الأردن بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الخارجي والداخلي للعاملين فيها، حيث تم تحليل قيمة المساهمات النقدية للمجالات الاجتماعية كقيمة مطلقة وكذلك نسبة من صافي الأرباح ومدى انتشار فروع المصرف خارج العاصمة؛ للمساهمة في التنمية وخدمة العملاء، وقد تم تطبيق فرضيات الدراسة على 15 بنكاً للفترة ما بين 2008 إلى 2010، وبينت نتائج الدراسة أن المصارف تتحمل مسؤوليتها فيما يتعلق بالمجتمع المحلي وهو من ضمن سياستها وخططها وذلك من أجل تحقيق التنمية المستدامة، أما فيما يتعلق بالبعد الداخلي فتبين أن هناك تقصيراً فيما يتعلق بالمبالغ المنفقة على العاملين، بالإضافة إلى عدم الاهتمام بتدريب وتطوير العاملين، وأظهرت النتائج أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف العاملة في الأردن هو مفهوم شامل يضم تحت مظلته كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية والدينية في المجتمع المحلي والبلد ككل، ومن الأدلة على ذلك كما ورد في التقارير الصادرة عن تلك المصارف حملات التوعية المختلفة، والرعاية الاجتماعية، والرعاية الصحية، والرياضية ودعم الدراسة.

فراح وزيدان (2022) بعنوان "تشخيص ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية – دراسة حالة البنك الاسلامي الأردني"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الاجتماعي الذي تقوم به المصارف الإسلامية بإسقاط الدراسة على البنك الإسلامي الأردني، تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد على تحليل الأرقام والبيانات من خلال تقارير المسؤولية الاجتماعية للبنك، وتوصلت الدراسة إلى أن القرض الحسن والتمويل بالمرابحة، ودعم المشاريع التعليمية والاجتماعية وتحسين الظروف المعيشية ونوعية الحياة للمجتمع من أهم أشكال ممارسات البنك الإسلامي الأردني في مجال المسؤولية الاجتماعية.

10.1 التعليق على الدراسات السابقة:

ما يميز هذه الدراسة عن غيرها من الدارسات السابقة أنها دراسة حديثة، تسعى إلى إبراز واقع المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الليبية، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية اهتمام العديد من المؤسسات والمنظمات الاقتصادية الخاصة والعامة، فهي إحدى المعايير العامة لقياس آداء المؤسسات المالية، التي تهدف إلى رفاهية المجتمع والارتقاء به نحو الأفضل، وتحقيق التنمية المستدامة في البيئة المحيطة عامة وتطوير المصارف بصفة خاصة، وحصولها على ميزة تنافسية جديدة تستقطب من خلالها العملاء.

2- الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة.

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل ملحوظ منذ أن بدأ يأخذ مكانا عام 1950، حتى أصبح يظهر جليا في العقد الأخير، بحيث بدأت مؤسسات الأعمال في إظهار مسؤولياتها الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة استراتيجياتها والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح فضلا عن إبرازها عبر مسميات مختلفة، إذ تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها: المسألة الاجتماعية ، الأخلاق التنظيمية ، المواطنة التنظيمية ، والالتزامات التنظيمية.

عرّف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها: التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل؛ لتحسين مستوى المعيشة للناس، بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد (الغالبي والعامري ، 2006). كما عرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها: الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل (WBCSD، 1999). غرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية عرفتها على أنها: جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المؤسسات دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً(الكردي، 2011). جمعية الإداريين الأمريكيين عرفتها بأنها: استجابة إدارة المؤسسات إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفردية للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية (الصيرفي، 2007).

2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة على حد سواء، أهمها: (الغالبي والعامري، 2006)

1.2.2. بالنسبة للمؤسسة: تؤدي المسؤولية الاجتماعية تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي لها، إذا ما إعتبرنا أنها مبادرات طوعية للمؤسسة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة، ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما يؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين المؤسسة ومختلف الأطراف ذات المصلحة.

2.2.2. بالنسبة للمجتمع: تؤدي المسؤولية الاجتماعية إلى:

- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالإنتماء، كذلك الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وتحسين نوعية في الحياة في المجتمع، سواء من ناحية البنية التحتية، أو الناحية الثقافية وازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصلحة.
- تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمؤسسات، وهذا يساهم في الاستقرار السياسي، والشعور بالعدالة الاجتماعية.
- كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق في التعامل، وهذه تزيد من الترابط الاجتماعي وازدهار المجتمع على مختلف المؤسسات.

3.2.2. بالنسبة للدولة: يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى:

- تخفيف الأعباء التي تحملها الدولة في سبيل إدامة مهامها وخدماتها الصحية، والتعليمية، والثقافية، والاجتماعية.
- يؤدي الالتزام بها إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً، بعيداً عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

3.2 دوافع المسؤولية الاجتماعية:

إن الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية الاجتماعية للشركات يكمن في بناء وتطوير الأعمال المستدامة، والتي تتطلب توافر اقتصاديات وأسواق ومجتمعات سليمة وصحية، وتكمن الدوافع الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات فيما يلي(جمعية البنوك في الاردن.2011) :

تعزيز المصلحة الذاتية: تعزيز الأخلاق وإيجاد مجتمع متماسك واقتصاد عالمي مستدام، حيث الأسواق والعمالة والمجتمعات المحلية القادرة على العمل معاً بشكل جيد.

الاستثمار الاجتماعي: المساهمة في البنية التحتية المادية ورأس المال الاجتماعي بإعتباره قد أصبح جزءاً ضرورياً من ممارسة الأعمال التجارية.

الشفافية والثقة: هناك توقعات متزايدة على أن الشركات سوف تكون أكثر انفتاحاً وأكثر خضوعاً للمسألة، وأن تكون مستعدة لتقديم تقارير حول آدائها في المجالات الاجتماعية والبيئية.

4.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد أجمع العديد من الباحثين على أن المؤسسات تمارس عددًا من المسؤوليات الاجتماعية التي تنحصر ضمن الأبعاد التالية. (شقوارة، 2012)

1.4.2. البعد الاقتصادي: من مؤشرات البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، الآتي:

- دعم الأنشطة الاقتصادية الخاصة بفئات المجتمع الخاصة.
- الالتزام بالقواعد القانونية النافذة في ممارسة العمليات الاقتصادية دعم أنشطة لجان حماية المستهلك.
- الاهتمام بالفئات الأقل حظاً من خلال التعامل معهم وفق مبدأ تكافؤ الفرص.
- متابعة خريجي الجامعات والمعاهد العليا لإيجاد وظائف لهم.
- دعم المشروعات المجتمعية الإنتاجية تلبي مفهوم التنمية المستدامة في أعمال المؤسسة جميعها.
- دراسة الحالات المعوزة اقتصاديا وتلبية احتياجاتهم.

2.4.2. البعد الاجتماعي: من أهم مؤشرات البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية، الآتي:

- احترام القواعد القانونية النافذة.
- احترام الثقافات المختلفة السائدة في المجتمع.
- تعزيز القيم الأخلاقية.
- تبني فكرة التكافل الاجتماعي.
- دعم الأنشطة المجتمعية بمختلف أشكالها.
- تقديم الهبات الخيرية للقطاعات المختلفة في المجتمع المحلي.
- تنفيذ برامج عمل تطوعية لخدمة المجتمع المحلي وبحسب الاحتياجات.
- تبني المبادرات المختلفة ذات المردود المجتمعي.
- رفع درجة الوعي العام في مشروعات التنمية الشاملة بمستوياتها المختلفة.
- تأهيل أعضاء المجتمع المحلي وتدريبهم.
- تدريب المتطوعين القائمين على المسؤولية المجتمعية في المؤسسة.
- نشر ثقافة المسؤولية المجتمعية عند الطلبة.
- دعم البنية التحتية في المناطق المجاورة للجامعة.
- الإسهام في حل مشكلة البطالة من خلال استحداث برامج تشغيلية.
- دعم الأندية الترفيهية.
- احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.
- دعم دور رعاية كبار السن.
- دعم المراكز العلمية البحثية.
- رعاية الأعمال الخيرية.
- تعزيز الانتماء الوطني.
- تلبية احتياجات الوطن من جميع الجوانب.
- تعزيز الديمقراطية لدى قطاعات الشباب.
- المشاركة في برامج حماية الأسرة.
- دعم برامج رعاية الطفولة والمسنين.

3.4.2.البعد البيئي:

لا بد للمؤسسات أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد، ومن مؤشرات البعد البيئي الأنشطة التالية.

- إجراء دراسات ميدانية حول أسباب التلوث البيئي.
- نشر الوعي الصحي بين فئات المجتمع.
- رعاية حملات مكافحة التدخين.
- رعاية حملات مكافحة التلوث البيئي بأشكاله المختلفة.
- القيام بحملات نظافة للبيئة المحلية.

- عقد ندوات مختلفة حول أهمية المحافظة على البيئة من التلوث.

5.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى المبادئ التالية (شريفي وحاجي ،2012):

مبدأ الادعاء القانوني: أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين والنواحي السرية المحلية والدولية، المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقا للإجراءات الراسخة ومحددة الإلمام بها.

مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المؤسسات الاتفاقيات الدولية والحكومية، واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية، عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها المؤسسية الاجتماعية.

مبدأ الاحترام والمصالح والأطراف المعنية: أن تقر المؤسسة وتقبل أن هناك تنوع المصالح والأطراف المعنية تنوعا في أنشطة منتجات المؤسسة وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

مبدأ قابلية الشفافية والمساءلة: أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق تام على سياساتها وقراراتها وأنشطتها، بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين، والمحتمل تأثيرهم بشكل جوهري ما قبل المؤسسة.

6.2 مزايا الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية :

تكلف المسؤولية الاجتماعية المؤسسة مصاريف كبيرة، ولكنها في الوقت نفسه تحقق لها العديد من المزايا التي تفوق في أغلب الأحيان ما تتحمله من تكاليف من هذه المزايا ما يلي:

- تحسين سمعة المؤسسات التي تبنى على أساس الكفاءة في الآداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المؤسسات وأصحاب المصالح .
- استقطاب أكفأ العناصر البشرية.
- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية.
- رفع قدرة الشركات على التعلم والابتكار.

أما المزايا التي يحققها المجتمع من ورائها تبني المؤسسات المسؤولية الاجتماعية، فتتمثل في القدرة على الحصول على الخدمات التي يحتاجها في مختلف الجوانب الضرورية مثل الخدمات التعليمية، أو الصحية، أو الثقافية، أو الإقتصادية في المجتمع (برقاوي، 2008).

7.2 عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية:

لكي تنجح المؤسسات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج من ضمنها (الاسرج، 2010):

- ضرورة إيمان المؤسسة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل من في المؤسسات ابتداء من أصحاب المؤسسات مرورا بمدرائها التنفيذين والانتهاء بالموظفين، حول أهمية هذا الدور.
- الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي تعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين على تنفيذها .
- الحرص على تقديم هذه البرامج بآداء قوي مميز وبجودة عالية .

8.2 معوقات ممارسة المسؤولية الاجتماعية:

- نقص خبرة الذين يشتغلون في إدارات وأقسام المؤسسات، فيما يتعلق بالأمور الاجتماعية والأخلاقية.
- ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية المرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة.
- عدم وجود اتصال فاعل من قبل الإدارات مع الجمهور.
- عدم وضع ميثاق اجتماعي أخلاقي في المؤسسات كالذي يتم تطبيقه في كبرى المؤسسات في العالم.
- الاعتقاد بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح المؤسسة وأضعافها في المنافسة الدولية.
- نقص الموارد المالية التي تحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

9.2 تعريف المصرف التجاري:

يعرّف المصرف التجاري بأنه: مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته، بما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة، ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج، بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات، وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية، وفقا للأوضاع التي يقررها المصرف المركزي (الصيرفي،2006).

10.2 وظائف المصارف التجارية (جريدة المحاسبين، 2023):

ويمكن تلخيص وظائف المصارف التجارية بشكل عام:

- قبول الودائع على اختلاف أنواعها.

- تشغيل موارد المصرف على شكل قروض واستثمارات متنوعة مع مراعاة مبدأ التوفيق بين سيولة أصول المصرف وربحيتها وأمنها.
- إدارة الأعمال والممتلكات للعملاء وتقديم الاستشارات الاقتصادية والمالية Trust Department .
- تمويل الإسكان الشخصي (ينطوي على ائتمان).
- سداد المدفوعات نيابة عن الغير.
- خدمات البطاقة الائتمانية (تنطوي على ائتمان).
- تحصيل فواتير الكهرباء والتلفون والماء من خلال حسابات تفتحها المؤسسات المعنية يقوم المشتركون بإيداع قيمة فواتيرهم فيها.
- تحصيل الأوراق التجارية.
- المساهمة في خطط التنمية الاقتصادية.

11.2 خصائص المصرف التجاري:

إن الهدف الرئيسي للمصارف التجارية تنحصر في ثلاث أهداف رئيسية، وهي(الرقيبات، 2014،) :

- الربحية: حيث أن الهدف من الربحية هو تعظيم العائد على حقوق الملكية حيث تتجه الإدارة دائما لتحقيق الأرباح عن طريق الزيادة في قبول الودائع، وإعطاء القروض والاستفادة من فرق الفائدة المتحقق من هذه العملية.
- السيولة: وتعرف السيولة على أنها: قدرة المصرف على مواجهة سحوبات المودعين والقدرة على إعطاء القروض أي بمعنى آخر قدرة المصارف التجارية على الوفاء بالتزاماتها المفروضة عليها.
- الأمان: المقصود بالأمان هو أن المصرف يجب أن يوفر الأمان للمودعين وذلك عن طريق عدم تعرضه لخسائر القروض، وخسائر الرأس مالية، أي بمعنى آخر عدم تعرضه للمخاطر بشكل عام، لذلك يجب على المصرف توفير الحماية والأمان من خلال التوسع بالمشاريع ورأس المال .

12.2 أهمية المصارف التجارية:

تُعد المصارف التجارية من أهم المنظمات التي تساهم في رفع عمليات التنمية الاقتصادية، وبالتالي يمكن أن تتلخص أهمية المصارف بما يلي (الرقيبات، 2014،):

- إن المصارف التجارية تعد مصدرا مهما لتمويل القطاعات الاقتصادية.
- إن المصارف التجارية تساهم في زيادة الرفاهية الاجتماعية.
- إن المصارف التجارية تعد من أهم المصادر التي تقدم الخدمات المالية.
- إن المصارف التجارية تعد وسيطا بين العملاء، لتسهيل تجارتهم الخارجية.
- إن المصارف التجارية وصلت إلى مستوى عالٍ من التخصص حيث أصبحت تقدم الاستشارات المالية والفنية، وإدارة أموال العملاء عن طريق أقسام متخصصة.
- إن المصارف التجارية تلعب دورا مهما بنقل وتوظيف الأموال، والاستمرارية في حركتها وعدم تعطيلها.

13.2 أهداف المصارف التجارية:

تتمثل أهداف المصارف التجارية فيما يلي (مراد،2014):

- الاهتمام بسمعة المصرف: لابد أن يهتم المصرف بسمعته من أجل راحة العميل وحسن المعاملة.
- كفاءة وفعالية الجهاز الإداري: وفي هذا الصدد لابد للمصرف أن يضع أهدافا عن كفاءة المديرين والموظفين والتزاماتهم وإمكانية استيعابهم للظروف المتغيرة في المستقبل.
- زيادة القروض والسلفيات والاستثمارات، بما يحقق الإسراع في التنمية وتحقيق التوظيف الكامل دون تضخم نقدي.
- زيادة الودائع والموارد المتاحة، بما فيها رأس المال بشكل يتفق مع القروض والسلفيات والاستثمارات.
- توفير الضمان والأمان للودائع والموارد المتاحة للمصرف، ورد الودائع للعملاء بمجرد الطلب.
- تحقيق مستوى معقول من الربح والاحتفاظ بمستوى ومركز مالي سليم.
- المشاركة في تطوير المجتمع الذي يعمل فيه.

3– الإطار العملي للدراسة.

1.3 إجراءات الدراسة الميدانية:

اعتمدت خطة وفلسفة الجانب العملي للدراسة على أسلوب المسح الميداني المتبع بالبحوث الوصفية، وذلك لتحقيق الهدف الثاني للدراسة، والذي يهدف إلى التعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بآداء مسؤولياتها الاجتماعية، وكانت خطوات وإجراءات الدراسة الميدانية كالآتي:

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع المصارف التجارية الليبية، إلا أنه نظراً لضيق الوقت تم أخذ عينة من فروع المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة سرت (مصرف التجارة والتنمية، مصرف شمال افريقيا، مصرف الجمهورية، مصرف الصحارى، مصرف الوحدة الرئيسي سرت، المصرف التجاري الوطني، مصرف الوحدة جامعة سرت)، ونظرا لصعوبة الحصول على العدد الإجمالي للمجتمع والقيام بالمسح الشامل للمفردات فقد تقرر أخذ عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، وبلغ حجم العينة 49 فرداً (بعدد 7 استمارات استبانة لكل مصرف)، واستجوب منهم فعلياً 42 فردا وكانت نتائج توزيع الاستثمارات بالجدول رقم(1) التالي: .

جدول (1) توزيع استمارة الاستبيان

البيان	العدد	النسبة
الاستمارات الموزعة	49	100%
الاستمارات المستلمة	42	85%
الاستمارات لم استلمها	7	14%
الاستمارات غير صالحة لتحليل	0	0
الاستمارات الخاضعة لتحليل	42	85%

ويبين الجدول أعلاه توزيع الاستمارة على عدد من مدراء ورؤساء وموظفي المصارف التجارية العاملة بمدينة سرت، حيث تم توزيع عدد (49) استمارة استبيان وتم تحليل (42) استمارة وبنسبة 85% ومثلت هذه النسبة مجموع الاستمارات المستلمة الخاضعة للتحليل.

3.3 أداة جمع البيانات (الاستبيان):

لتحقيق هدف الدراسة تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال نموذج استبيان تم تصميمه لهذا الغرض، حيث اشتملت استمارة الاستبيان على جزئين رئيسيين هم: الجزء الأول وهو المتعلق بخصائص عينة الدراسة "المعلومات الخاصة للمستبينين"، أما الجزء الثاني من الاستبيان فقد تمثل في البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، حيث احتوى على ثلاث محاور (3) تمثل بمجملها متغيرات الدراسة, حيث يتألف المحور الأول من سبعة (7) فقرات يتحدد من خلاله مستوى التزام المصرف بالبعد الثقافي والاجتماعي، ويتألف المحور الثاني كذلك من (7) فقرات يتحدد من خلالها مستوى التزام المصرف بالبعد البيئي، ويتألف المحور الثالث من سبعة (7) فقرات يتحدد من خلالها مستوى التزام المصرف بالبعد الاقتصادي، ولغرض قياس واختبار متغيرات البحث تم اللجوء إلى استخدام مقياس ليكرت الخماسي، في قياس هذه الفقرات على النحو التالي:

جدول رقم (2) درجات بدائل الإجابة على فقرات الاستبيان

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

حيث كان الوسط الحسابي الفرضي (لأداة القياس) هو (3)، وتم استخراجه عن طريق المعادلة الرياضية التالية (5+4+3+2+1)/5=3، وتم تصنيف إجابات العينة من خلال الوسط المرجح لقيم المقياس وذلك من خلال الاعتماد على معادلة طول الفترة ( ) ويوضح الجدول رقم (3) فترات تجاه آراء العينة:

جدول (3) فترات اتجاه آراء العينة

المتوسط المرجح	1.1.79	1.80.2.59	2.60.3.39	3.40 – 4.19	4.20 . 5
إتجاه الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
مستوى الالتزام	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

4.3 ثبات وصدق أداة الدراسة:

لاختبار دقة وثبات أداة الدراسة، فقد تم اختبار ثبات أداة الاستبيان عن طريق إخضاع فقراتها لاختبار قوة الثبات "معامل ألفا كرونباخ" وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح بالجدول رقم (4) أدناه.

الجدول (4) يوضح نتائج ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات فقرات الاستبيان وصدقه

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	قيمة الصدق
المحور الاجتماعي، الثقافي، البيئي والاقتصادي	21	0.95	0.97

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ الإجمالية الممثلة لمحاور الدراسة تمثل (95%) بدرجة صدق وصلت إلى (97%)، وبالنظر إلى كل هذه النسب المتحققة يتبن أنها قد تجاوزت (60%)، وبالتالي تعتبر جميع النسب مقبولة وتدل على ثبات العينة لتكون مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة ويعزز ذلك ارتفاع نسب صدق الأداة، كما يوضح الجدول أنه يوجد اتساق داخلي فيما بين الفقرات المكونة لكل محور من محاور الاستبيان، وذلك من خلال درجات الثبات والصدق المتحققة لكل محور، مما يؤكد اعتمادية وصلاحية أداة القياس.

5.3 أسلوب تحليل بيانات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل المعلومات المتحصل عليها من العينة المبحوثة عن طريق استخدام الطرق الإحصائية المناسبة، والتي تفي بالغرض والمتمثلة في برنامج الحزم الإحصائية (spss)، حيث

استخدمت مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت والمتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بهدف تحديد اتجاهات أفراد العينة حول كل فقرة، كما تم أيضا استخدام الاختبارات الاستدلالية والمتمثلة في اختبار(T) للعينة الواحدة (t.test.one sample) والانحدار الخطي البسيط (Simple regression analysis) وذلك لغرض اختبار فرضيات الدراسة ومن ثم استخلاص النتائج وتقديم توصيات بالخصوص.

6.3 عرض نتائج تحليل بيانات الدراسة:

فيما يلي عرض لنتائج تحليل الإحصاء الوصفي للبيانات والذي يشمل: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المجيبين على فقرات الاستبيان.

أولاً: نتائج التحليل الوصفي للبيانات (القسم الأول للاستبانة):

جدول (5) توزيع خصائص العينة

المتغير	مستوى المتغير	العدد	النسبة المئوية
العمر	أقل من 23 سنة	2	%4.7
	من 23 الى اقل من 27 سنة	5	%11.9
	من 28 الى 30 سنة	12	%28.5
	أكثر من 31 سنة	23	%54.7
	الإجمالي	42	%100
المؤهل	دكتوراه	0	0
	ماجستير	6	%14
	بكالوريوس	29	%69
	دبلوم عالي	7	%16
	الاجمالي	42	%100
الخبرة	اقل من 5 سنوات	11	%26
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	11	%26
	من 10 الي اقل من 15 سنة	7	%16
	من 15 سنة فأكثر	13	%30.9
	الاجمالي	42	%100
المسمى الوظيفي	مدير مصرف	6	%14
	رئيس قسم	17	%40
	موظف	19	%45
	الاجمالي	42	%100

يوضح الجدول رقم (5) أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي وسنوات الخبرة وكذلك المسمى الوظيفي، ومن خلال الجدول يتضح أن كل أفراد العينة من الشريحة المتعلمة، والتي تحمل شهادات تمكنها من فهم التساؤلات الموجهة لهم، وكذلك أيضا فيما يتعلق بسنوات الخبرة فقد أظهرت النتائج أن سنوات الخبرة مرتفعة، مما يتيح الاستفادة من هذه الخبرات في إعطاء الإجابات المقنعة والواقعية، كما يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من المستجوبين كانوا من رؤساء أقسام، بالإضافة إلى بعض المدراء والموظفين وكل ذلك يدعم موثوقية المعلومات، والنتائج المتحصل عليها وتساعد بكل تأكيد في تحقيق أهداف البحث.

ثانياً: نتائج التحليل الوصفي للبيانات (القسم الثاني للاستبانة):

توضح الجدول أدناه (6،7،8) على التوالي الفقرات الخاصة بمحاور الدراسة، وكذلك مؤشرات ونتائج آراء العينة التي من شأنها أن تساعد في معرفة مستوى التزام المصارف التجارية بالبعد الثقافي والاجتماعي، والبعد البيئي والبعد الاقتصادي، وتم توضيح ذلك من خلال الوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومستوى الممارسة لكل فقرة، وأيضا إجمالي المؤشرات الخاصة بالمحاور.

جدول (6) يوضح مستوى التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد الثقافي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية

العبارات	متوسط	الإنحراف المعياري	درجة الإلتزام
يسهم المصرف دعم القطاع التعليمي والصحي	3.9048	0.82075	مرتفع
يقدم المصرف التبرعات والمساعدات للجمعيات الخيرية وذوي الهمم	3.4286	1.15067	مرتفع
يسهم المصرف في دعم النوادي الرياضية	3.3571	1.14384	متوسط
يعمل المصرف على إعداد برامج توعوية وثقافية للموظفين	4.0714	0.94721	مرتفع
يدعم المصرف المشروعات الناشئة والصغيرة المتعلقة بشأن الثقافي والاجتماعي	3.7143	0.91826	مرتفع
يسهم المصرف في تدريب الخريجين وتأهيلهم لسوق العمل	4.1190	1.04069	مرتفع
يدعم المصرف المراكز والمؤسسات الثقافية	3.6667	1.09693	مرتفع
المتوسط الحسابي المرجح	3.7517	1.0169	مرتفع

من خلال استعراض الجدول رقم (6) يتضح التالي:

1. كما هو مبين من الجدول رقم (6) ومن خلال المتوسطات الحسابية والتي تراوحت فيما بين (4.1190و3.3571)، وكذلك قيم

الانحراف المعياري لكل فقرة، والتي تراوحت هي أيضا فيما بين (0.82075و1.15067)، يتضح أن إجابات العينة متمركزة أغلبها حول متوسطها الحسابي ولا يوجد تشتت في الإجابات حول الفقرات الاستفهامية والتي المناط بها قياس وتحديد مستوى التزام المصارف التجارية بالبعد الثقافي والاجتماعي وذلك على حسب آراء العينة، وتراوح أيضا مستوى الممارسة لغلب الفقرات فيما بين (متوسط ومرتفع)، وهذا يتضح من إجابات مفردات العينة التي تركزت ما بين موافق وموافق بشدة، لتؤكد التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد الثقافي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية.

2. من خلال الجدول رقم (6) وبالنظر إلى المتوسط الحسابي المرجح لكل فقرات البعد الثقافي والاجتماعي التي تحظى بها المصارف التجارية، فقد تبين أن المتوسط المرجح قد بلغ (3.7517) وبانحراف معياري قيمته (1.0169)، مما يعني بالمجمل أن كل إجابات أفراد العينة متمركزة حول متوسطها الحسابي، ولا يوجد تشتت في الإجابات ومن خلال المتوسط الحسابي تبين أن مستوى الممارسة قد ظهر بالمستوى المرتفع وكما هو موضح بالجدول، ومن خلال ذلك يمكننا القول: إن مستوى الالتزام بالبعد الثقافي والاجتماعي قد كان مرتفعا لدى المصارف التجارية.

جدول رقم (7) يوضح مستوى التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.

العبارات	متوسط	الإنحراف المعياري	درجة الإلتزام
يقدم المصرف مساهمات مالية للمؤسسات العاملة في مجال حماية البيئة.	3.5000	1.01813	مرتفع
يدعم المصرف الأنشطة المتعلقة بحماية البيئة بمثل القيام بحملات التشجير والاهتمام بالحدائق والمساحات الخضراء.	3.4048	1.03734	مرتفع
يعمل المصرف على استخدام مصادر طاقة كهربائية صديقة البيئة.	3.5476	1.06387	مرتفع
يعمل المصرف على الالتزام بالقواعد والأنظمة الخاصة بالبيئة.	3.6667	0.81650	مرتفع
يدعم المصرف المصانع الخاصة بإعادة التدوير وتصنيع المواد.	3.3095	0.94966	متوسط
يهتم المصرف بتمويل برامج المحافظة على الموارد الطبيعية ومصادرها.	3.5714	0.94075	مرتفع
يقوم المصرف بدعم البرامج البني التحتية والأبنية صديقة البيئة.	3.4286	0.96633	مرتفع
المتوسط الحسابي المرجح	3.4898	0.9703	مرتفع

1. كما هو مبين من الجدول رقم (7) ومن خلال المتوسطات الحسابية والتي تراوحت فيما بين(3.6667و3.3095)، وكذلك قيم الانحراف المعياري لكل فقرة والتي تراوحت هي أيضا فيما بين (1.06887و0.81650)، يتضح أن إجابات العينة متمركزة أغلبها حول متوسطها الحسابي ولا يوجد تشتت في الإجابات حول الفقرات الاستفهامية والتي المناط بها قياس وتحديد مستوى التزام المصارف التجارية بالبعد البيئي ذلك على حسب آراء العينة، وتراوح أيضا مستوى الممارسة أغلب الفقرات فيما بين (متوسط ومرتفع)، وهذا يتضح من إجابات مفردات العينة التي تركزت ما بين موافق وموافق بشدة، لتؤكد التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.

2. من خلال الجدول رقم (7) وبالنظر إلى المتوسط الحسابي المرجح لكل فقرات والبعد البيئي التي تحظى بها المصارف التجارية، فقد تبين أن المتوسط المرجح قد بلغ (3.4898) وبانحراف معياري قيمته (0.9703)، مما يعني بالمجمل أن كل إجابات أفراد العينة متمركزة حول متوسطها الحسابي ولا يوجد تشتت في الإجابات ومن خلال المتوسط الحسابي تبين أن مستوى الممارسة قد ظهر بالمستوى المرتفع، وكما هو موضح بالجدول ومن خلال ذلك يمكننا القول: إن مستوى الالتزام بالبعد البيئي قد كان مرتفعا لدى المصارف التجارية.

جدول(8) يوضح مستوى التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

العبارات	متوسط	الإنحراف المعياري	درجة الإلتزام
ينتهج المصرف سياسة تطوير وتحديث خدماته بما يتماشى مع متطلبات البيئة المحيطة.	3.8095	0.91700	مرتفع
يدعم المصرف الأنشطة والمشاريع التي توفر فرص العمل وتحد من ارتفاع مستوى البطالة.	3.7381	0.91223	مرتفع
يقدم المصرف خدمات استشارية ودراسات الجدوى الاقتصادية للراغبين في الاستثمار وأصحاب المشروعات القائمة.	3.6905	1.04737	مرتفع
يلتزم المصرف بتطبيق السياسة الاقتصادية العامة، والتي تضمن التوازن الاقتصادي وقيام المصرف بواجباته.	4.0000	0.82639	مرتفع
يقوم المصرف بتمويل مشاريع التنمية المستدامة.	4.0952	0.87818	مرتفع
يهتم المصرف بدعم الأنشطة والمشروعات الناشئة وكذلك المشاريع الصغرى والكبرى.	3.8810	0.94230	مرتفع
يشجع المصرف الأعمال والأنشطة الريادية وذلك من خلال حصولها على الاهتمام والتمويل اللازم.	3.9762	0.97501	مرتفع
المتوسط الحسابي المرجح	3.8843	0.9283	مرتفع

1. كما هو مبين من الجدول رقم (8)ومن خلال المتوسطات الحسابية والتي تراوحت فيما بين (4.0952و3.6905)، وكذلك قيم

الانحراف المعياري لكل فقرة والتي تراوحت هي أيضا فيما بين (0.82639و1.04737)، يتضح أن إجابات العينة متمركزة أغلبها حول متوسطها الحسابي ولا يوجد تشتت في الاجابات حول الفقرات الاستفهامية والتي المناط بها قياس وتحديد مستوى التزام المصارف التجارية بالبعد الاقتصادي وذلك على حسب آراء العينة، و تراوح أيضا مستوى الممارسة للفقرات(مرتفع)،وهذا يتضح من إجابات مفردات العينة التي تركزت ما بين موافق وموافق بشدة، لتؤكد التزام المصارف التجارية بتطبيق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

2. من خلال الجدول رقم (8) وبالنظر الى المتوسط الحسابي المرجح لكل فقرات والبعد الاقتصادي التي تحظى بها المصارف التجارية فقد تبين أن المتوسط المرجح قد بلغ (3.8843) وبانحراف معياري قيمته (0.9283)، مما يعني بالمجمل أن كل اجابات أفراد العينة متمركزة حول متوسطها الحسابي ولا يوجد تشتت في الإجابات ومن خلال المتوسط الحسابي تبين أن مستوى الممارسة قد ظهر بالمستوى المرتفع، وكما هو موضح بالجدول ومن خلال ذلك يمكننا القول: إن مستوى الالتزام بالبعد الاقتصادي كان مرتفعا لدى المصارف التجارية.

7.3 اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى.Ho1 لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد الثقافي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية.

جدول (9) يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. ((2.tailed	Mean Difference	Confidence %95 Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الفرضية الأولى	6.231	41	0.000	751700.	50810.	99530.

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية 0.00 وبالتالي فهو أقل من 0.05 ليؤكد على وجود دلالة إحصائية عند هذا المستوى وبمقارنة قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (6.231) نجدها أكبر من قيمة (t) الجدولية والتي تساوي(2.020) وذلك عند درجة حرية 41 مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تفترض بأن فروع المصارف التجارية تلتزم بتطبيق البعد الثقافي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الثانية: Ho2. لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.

الجدول (10) يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. ((2.tailed	Mean Difference	Confidence %95 Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الفرضية الثانية	3.794	41	0.000	489800.	22910.	75050.

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية 0.00 وبالتالي فهو أقل من 0.05 ليؤكد على وجود دلالة إحصائية عند هذا المستوى وبمقارنة قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (3.794) نجدها أكبر من قيمة (t) الجدولية والتي تساوي (2.020) وذلك عند درجة حرية 41 مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تفترض بأن فروع المصارف التجارية تلتزم بتطبيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الثالثة: Ho3. لا تلتزم المصارف التجارية بتطبيق البعد الإقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

جدول(11) يوضح نتائج اختبار الفرضية الثالثة

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. ((2.tailed	Mean Difference	Confidence %95 Interval of the Difference	
					Lower	Upper
لفرضية الثالثة	7.567	41	0.000	884350.	64830.	12041.

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية 0.00 وبالتالي فهو أقل من 0.05، ليؤكد على وجود دلالة إحصائية عند هذا المستوى وبمقارنة قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (7.567) نجدها أكبر من قيمة (t) الجدولية والتي تساوي (2.020) وذلك عند درجة حرية 41 مما يعني رفض الفرضية الصفرية H03 وقبول الفرضية البديلة والتي تفترض بأن فروع المصارف التجارية تلتزم بتطبيق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

4– نتائج وتوصيات الدراسة

أولا: نتائج الدراسة:

1–أظهرت اتجاهات آراء العينة بأن فروع المصارف عينة الدراسة تهتم بمسؤوليتها الاجتماعية، حيث تبين ذلك من خلال دعم الجوانب الثقافية وكذلك الاجتماعية في بيئة عملها، خصوصا فيما يتعلق بدعم العنصر البشري، وذلك من خلال تدريب الخريجين وتأهيلهم لسوق العمل، وتهتم أيضا بدعم القطاع الصحي والتعليمي، وفي المقابل أكد

أفراد العينة بأن تلك الفروع لم تولِ اهتماما كبيرا في بعض الجوانب وخاصة الإسهامات المتعلقة بدعم الأنشطة والنوادي الرياضية.

2- نستنتج أيضا أن فروع المصارف عينة الدراسة تدعم وتهتم بتفاوت العناصر البيئية، وذلك حسب ما أفاد أفراد عينة الدراسة، وتبين أن من الأكثر الجوانب البيئية التي حظت باهتمام أكبر من تلك الفروع هو التزامها بالقواعد العامة والأنظمة الخاصة بالبيئة.

3- من خلال المؤشرات والقراءات المتحصل عليها من نتائج تحليل عناصر البعد الإقتصادي تبين أن فروع المصارف عينة الدراسة تسهم في دعم أغلب الأنشطة الداعمة لحركة الإقتصاد خصوصا تلك المتعلقة بتطوير خدمات تلك الفروع بما يتماشى مع متطلبات البيئة المحيطة، وكذلك تمويل مشاريع التنمية المستدامة وأيضا الموائمة فيما بين دعم السياسية الاقتصادية العامة وخصوصية تلك المصارف وأولوياتها.

4- إجمالا ووفقا لنتائج الاختبارات الاستدلالية تبين أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية فيما بين أفراد عينة الدراسة حول التزام فروع المصارف بمسؤوليتها الاجتماعية، للتأكد بذلك التزامها بكل أبعاد المسؤولية (الثقافي والاجتماعي، البيئي، الاقتصادي) وظهرت الممارسة والالتزام بمستوى مرتفع.

ثانيا: التوصيات.

1- على صناع القرار بالمصارف التجارية الليبية العمل على بذل جهد أكبر لدعم البيئة المجتمعية ومخاطبة إداراتها الرئيسية لوضع موضوع المسؤولية الاجتماعية من ضمن سياستها وخططها، وذلك من أجل تحسين صورتها في المجتمع ومن ثم تحقيق أهدافها .

2- على المصارف التجارية الليبية زيادة التركيز على دعم عناصر المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة في البعد الثقافي والاجتماعي خاصة فيما يتعلق بدعم الأنشطة والنوادي الرياضية، وأيضا بتقديم التبرعات والمساعدات للجمعيات الخيرية وذوي الهمم.

3- على صناع القرار بالمصارف التجارية الليبية أن يولوا اهتماما أكثر بالأنشطة الداعمة للبيئة، خصوصا فيما يتعلق بدعم برامج التشجير والاهتمام بالحدائق والمساحات الخضراء ودعم وتمويل المشاريع المختصة بإعادة تدوير وتصنيع المواد.

4. على البحاث في هذا المجال تبني دراسات أخرى مستقبلية تبحث في محددات قيام المصارف بمسؤوليتها المجتمعية، ودراسات أخرى تتناول أثر التزام المصارف بمسؤوليتها الاجتماعية على أدائها المالي، جودة خدماتها المصرفية، الميزة التنافسية وجودة الخدمات المقدمة.

قائمة المراجع

أولا:- الكتب.

- إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، (2016م) إدارة المصارف التجارية دار غيدا للنشر والتوزيع،1، عمان، الأردن.
- الغالبي، طاهر محسن منصور، العامري، صالح مهدي محسن، (2006م) *" المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال:* الأعمال والمجتمع"، دار أوائل النشر، ط1، عمان، الأردن.
- الرقيبات، غازي (2014) المصارف والمؤسسات المالية المختصة، دار وائل للنشر.
- عبدالرحمن، أحمد عبدالكريم (1997)، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال مجالاتها معوقات الوفاء بها دراسة ميدانية تطبيقية، مجلة البحوث التجارية المعاصرة،مجلد 11،عدد2،ص198.
- حسين عبد المطلب الأسرج، (2010) " المسؤولية الاجتماعية للشركات – التحديات والآفاق من أجل التنمية في الدول العربية"، العدد 90، مجلة فيفري.
- حمد الصيرفي، (2007)، "المسؤولية الاجتماعية للإدارة"، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى.
- محمد الصيرفي، (2007)، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،1، الإسكندرية.
- فنير (2009) "أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قرارات منع القروض والتسهيلات الائتمانية". رسالة ماجستير، ليبيا
- ياسر ثامر البكري، (2001)، "التسويق والمسؤولية الاجتماعية"، عمان (الاردن): دار وائل للنشر والتوزيع.
- يوسف كمال محمد، (1993) فقه الإقتصاد النقدي، دار الهداية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.

ثانيا :- الدوريات.

- 11- الحوري، موسى عبد القادر فالح، وآخرون، (2014م)" إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"، المجلد 31، العدد 21، ص ص. 115.، الناشر جمعية الاجتماعيين، الإمارات العربية المتحدة.
- 12- جريدة المحاسبين، ساعة الدخول للجريدة 7:14م، يوم الخميس، 2023/6/1م، موقع الجريدة (https://almohasben.com/).
- 13- جمعية البنوك في الأردن (2011) المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن ، دائرة الدراسات، عمان.

- 14- فراح أسامة و زيدان محمد (2022) بعنوان "تشخيص ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية – دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني" ، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، الجزائر
- 15- شريفي مسعودة وحاجي كريمة، (2012م) " المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة"، ورقة مشاركة في: الملتقى الدولي حول، " منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية "خلال الفترة:15/14 فيفري.
- 16- خالد يوسف برقاوي (2006م)، "آراء الشباب الجامعي حول المسؤولية الاجتماعية. دراسة استطلاعية لآراء طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة"، جامعة أم القرى.www.ahyaa.org.sa/a/communety.pdf
- 17- سناء علي شقوارة، (2012م) " مفهوم الجودة أبعاد المسؤوليّة المجتمعيّة للجامعات ومتطلبات تطبيقها في ضوء الشاملة"، مجلة تطوير الأداء الجامعي، ص50،52.
- 18- هاني الحوراني، (2009م) " اتجاهات الرأي في إدارات الشركات الأردنية تجاه المسؤولية الاجتماعية"، دار سندباد للنشر والتوزيع الأردن.

.