الأفاق للدراسات الإقتصادية ISSN: 2571-9769, EISSN: 2602-5051

دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية بالبنوك الإسلامية

-دراسة حالة مجموعة البركة المصرفية (ABG)-

The Role of social responsibility in enhancing the competitive advantage of Islamic banks

– a case study of al Baraka banking group (ABG) -

د. يمينة ختروسي
جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف- ، الجزائر
y.khetroussi@univ-chlef.dz

تاريخ الاستلام: 12-06-2022 تاريخ القبول: 12-08-2022 تاريخ النشر : 14-10-2022

ملخص:

تتطرق الدراسة إلى تحديد أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف البنوك الإسلامية في تعزيز ميزتها التنافسية، على اعتبار أن موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع المهمة التي اكتسبت أهميتها من واقع الأسواق المحلية والعالمية التي تهدف المنظمات فيها إلى البقاء والاستمرار، من خلال امتلاك الميزات التنافسية ذات البعد الاجتماعي، سواء تجاه العملاء أو أية جهة أخرى، حيث تم تصميم استبانة احصائية لجمع البيانات حول متغيرات الدراسة، والتي تم توزيعها على العاملين في الإدارة العليا، وفي لجنة الإدارة المختصة بالمسؤولية الاجتماعية لمجموعة البركة المصرفية، واستجاب منهم (140) من أصل (170) موظفا، بعد ذلك تم تحليل البيانات بالطرق الاحصائية المناسبة، وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية لمجموعة البركة المصرفية، وعلى ضوء هذه النتائج قدمت الدراسة عددا من التوصيات التي تستهدف تعزيز المسؤولية الاجتماعية في جميع منشآت الأعمال دون استثناء.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الميزة التنافسية، مجموعة البركة المصرفية.

تصنيف JEL: G21

Abstract:

The study address to determine the impact of the adoption of the concept of social responsibility by Islamic banks in strengthening their competitive edge , as the theme of the social responsibility of the important topics that gained important positions of local and world markets, which is aimed at organizations to survive and continue, through the possession of the competitive advantages of the social dimension, whether to the customer or any other, where the statistical design identification to collect data on the variables of the study, and which has been distributed to workers in the top management, in the competent management committee and the social responsibility of Al Baraka Banking Group, of whom 140 had responded out of the 170 employees, after that, the data analysis and statistical methods, In this study, we reached a set of results, the most important of the positive impact of social responsibility in promoting the competitive advantage of Al Baraka Banking Group, and in the light of these results, the study made a number of recommendation aimed at strengthening social responsibility in all business facilities without exception.

Keywords: Social Responsibility , The Competitive Advantage , Al Baraka Banking Group.
Jel Classification Codes: G21.

I. تمهيد:

لا يزال مفهوم المسؤولية الاجتماعية يثير الكثير من الجدل، إذ يُنظر إليها من زاوية بأنها لا ترتبط بالإنتاجية بل تؤثر سلبا على ربح المساهمين، ومن زاوية أخرى فيُنظر إليها على أنها تعزز الميزة التنافسية للمنظمات بشكل عام من خلال تعزيز صورتها الذهنية في المجتمع، فضلا عن أنها حماية ذاتية للمنظمات في ظروف الأزمات، لذلك ازدادت مطالبة المنظمات بتبني التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى أن المسؤولية الاجتماعية نمت كنتيجة طبيعية لإخفاق منظمات الأعمال في الاستجابة لاحتياجات بيئتها ولمصالح الأطراف الأخرى فيها.

إشكالية البحث:

هل للمسؤولية الاجتماعية دور في تعزيز الميزة التنافسية بالبنوك الإسلامية؟

الأسئلة الفرعية: للإجابة على السؤال الرئيس نطرح الأسئلة الفرعية الآتية:

1- ما مدى تبني مجموعة البركة المصرفية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

2- ما أثر تبني مجموعة البركة المصرفية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية على ميزتها التنافسية؟

فرضيات البحث:

للإجابة على الأسئلة المطروحة نتبنى الفرضيات الآتية:

1- تمتلك مجموعة البركة المصرفية برنامجا سنويا للمسؤولية الاجتماعية، وهذا يدل على تعزيزها لهذه الأخيرة.

2-1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)للمسؤولية الاجتماعية على تخفيض التكلفة في مجموعة البركة المصرفية.

2-2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)للمسؤولية الاجتماعية على زيادة المرونة في مجموعة البركة المصرفية .

2-3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)للمسؤولية الاجتماعية على زيادة الابتكار في مجموعة البركة المصرفية.

أهداف البحث :

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

-التعرف على مستوى متغيرات الدراسة والمتمثلة في المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها (مسؤولية اجتماعية نحو العملاء، مسؤولية اجتماعية نحو المجتمع، مسؤولية اجتماعية نحو البيئة)، والميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة، زيادة الابتكار) في مجموعة البركة المصرفية.

-تحليل أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لمجموعة البركة المصرفية.

أهمية البحث :

تنبع أهمية الدراسة من الآتي :

-أهمية مجموعة البركة المصرفية كمؤسسة مصرفية إسلامية، التي أصبحت شريكا أساسيا في تفعيل التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وإرساء الاقتصاد الوطني والقومي على أسس متينة تؤمن التنمية المستدامة.

-أهمية المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية بصفة عامة، ولمجموعة البركة المصرفية بصفة خاصة، ومدى مساهمتها في تحسين مستويات الأداء.

الدراسات السابقة :

-دراسة سمر عطا الله، خلود الفليت، **مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته الاجتماعية** (2016): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام القطاع المصرفي الفلسطيني بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الفلسطيني، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن للمؤسسات المصرفية الفلسطينية دور ملموس في تحملها للمسؤولية الاجتماعية، يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص، بالإضافة إلى ترافق المسؤولية الاجتماعية مع قيم وأهداف المجتمع الفلسطيني.

-دراسة خالد رديدة، نهار العزم، **تطبيق و اقع المسؤولية الاجتماعية في البنوك الأردنية و أثرها على الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين فيها** (2015): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف الأردنية، وأثرها على الميزة التنافسية لها، وبالتالي التعرف على أهم الركائز التي تستند عليها المصارف الأردنية من أجل نجاح تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية، بما يحقق أهدافها وبما يخدم الأطراف ذات العلاقة معها، وذلك من خلال محاولة التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه تسعة أبعاد في المجتمع، البيئة، المراجعين، الموظفين، المساهمين، الحكومة، الموردون، المنافسين، وتجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة، وخلصت الدراسة إلى وجود اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للبنوك، إضافة إلى وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للبنوك .

المنهج المستخدم :

بهدف الاجابة على الأسئلة المطروحة، ولاختبار صحة الفرضيات تم استخدام المنهج الاستنباطي والاستقرائي كالآتي:

المنهج الاستنباطي بأداتيه الوصف والتحليل، بهدف توضيح معنى المسؤولية الاجتماعية وموقعها في برنامج مجموعة البركة المصرفية.

أما المنهج الاستقرائي من خلال استخدام الأساليب الاحصائية التالية:

الاحصاء الوصفي (استخدام التكرارات والنسب المئوية) بهدف وصف عينة الدراسة، بالإضافة إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، معامل Alpha-cronabach لقياس ثبات الاستبانة، تحليل الانحدار المتعدد بهدف اختبار أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على كل بعد من أبعاد الميزة التنافسية.

أولا: دور مجموعة البركة المصرفية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية

بما أن المسؤولية الاجتماعية تهدف بشكل أساسي إلى تحقيق نمو اقتصادي مستدام من خلال الإدارة الحصيفة للموارد الطبيعية، وتطوير الموارد البشرية، علاوة على تحسين مستوى المعيشة للمجتمع، فإنه يمكن

القول أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتماشى مع قيم العمل في الإسلام، وبالتالي يتماشى مع القيم والمبادئ الراسخة لمجموعة البركة المصرفية.

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية:

ساهم ظهور حركات حقوق الانسان، البيئة، المساواة بين الجنسين،.....إلخ، في اكتساب البعد الاجتماعي لقطاع الأعمال أهمية أكبر، ففي البلدان المتقدمة ظهرت فكرة المواطن المسؤول التي استخدمت في استيحاء مصطلح الشركة المواطنة، والتي تعني شركة ذات مسؤولية اجتماعية .(H.C.Rathnasiri, 2003, p195)

فماذا تعني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية؟

بإسقاط مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية على المؤسسات المصرفية نجد أن المسؤولية الاجتماعية في هذه الأخيرة تعني مسؤولية البنوك عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين، وللبنوك مسؤولية اجتماعية تجاه ثلاثة أطراف مثل ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البنوك ومؤشراتها

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	مؤشراتها
المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	- خدمات بنوعية وبأسعار مناسبة.
المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	- دعم البنى التحتية -احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة والسلوك. -محاربة الفساد الإداري والرشوة. - دعم مؤسسات المجتمع المدني ودعم الأنشطة الاجتماعية والمراكز العلمية ومؤسسات التعليم.
المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	- ربط الأداء البيئي برسالة البنك وتقليل المخاطر البيئية. - وجود مدونات أخلاقية خاصة بالبيئة.

المصدر: من إعداد الباحثة، وبالاعتماد على:

- جمال جعيل، محمد لطرش، **المسؤولية الاجتماعية بالبنوك الإسلامية –دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني**، مجلة الدراسات المالية والمحاسبة، العدد 09، جوان 2018، ص ص 239-241.
- محمد صالح علي عياش، **المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية**، البنك الإسلامي للتنمية، جدة السعودية، 2018، ص15.

من خلال الجدول السابق يتضح أن للمسؤولية الاجتماعية ثلاثة أبعاد، أولاها نحو العملاء، وثانيها نحو المجتمع أي نحو قضايا تخص المجتمع، بحيث تنظر إلى توطيد العلاقة مع المجتمع المحلي باعتبارها تدعم النظرة

الإيجابية للبنوك التي تبادر بتعزيز العلاقة مع المجتمع، أما ثالثها نحو البيئة من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية الموجهة نحو البيئة الطبيعية .

أما مفهوم المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر الاقتصاد الإسلامي، فلقد أولى الإسلام اهتماما كبيرا للحفاظ على عناصر القوة في المجتمع الإسلامية وكرس ثقافة التوفير والعقلانية في إدارة الموارد الاقتصادية للأمة، وتغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة وحفظ حقوق الأجيال القادمة، كما كرس الفقهاء هذه المبادئ ضمن القواعد الفقهية العامة، والمقاصد الكلية للشريعة الإسلامية التي تنصب على حفظ الدين والنفس والمال والعرض والعقل (طروبيا، 2012، ص12).

فالبنوك الإسلامية تعمل كمنظمة اقتصادية واجتماعية ومالية ومصرفية، تهدف إلى تعبئة أموال ومدخرات الأفراد والمنظمات وتوجيهها نحو الاستثمار لخدمة المجتمع، وتحقيق الرفاهية له وتنميته، مما يجعل لها ميزة عن غيرها من المؤسسات والمنظمات الأخرى (القيسي، 2008، ص18).

وبالتالي يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية هي التزام البنك الإسلامي بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية، لتلبية المتطلبات الاجتماعية للأطراف المرتبطة به، والمتأثرة بنشاطه سواء بداخله أو خارجه، بهدف إرضاء الله والعمل على تحقيق التقدم والوعي الاجتماعي للأفراد، بمراعاة التوازن وعدالة الاهتمام بمصالح مختلف الفئات (المغربي، 2004 ، ص421) .

2- متطلبات نجاح البنوك الإسلامية في أداء مسؤوليتها الاجتماعية:

يتطلب نجاح البنوك الإسلامية في أداء دورها الاجتماعي، توفر مجموعة من الشروط (علاوي، 2017، ص25):

- ضرورة التزام البنك الإسلامي التزاما كاملا بأحكام الشريعة الإسلامية قولا وعملا، شكلا ومضمونا، أي التزامه بمبادئ الإسلام في تكوين رأس ماله، في انتقائه للعاملين به، وتنظيماته ولوائحه، في طريقة تعبئته لموارده، وكذا أساليب توظيفه لأمواله.
- انتقاء الأكفاء للوظائف والمناصب، مع شرط اتصافهم بالأمانة، بالإضافة إلى التحري الدقيق في اختيار قيادات البنك، بما يضمن أن تكون هذه القيادات نماذج حية للشخصية المسلمة الواعية، المؤمنة بقضيتها.
- الوضوح الفكري لمهمة ووظيفة البنك الإسلامي لدى كل العاملين به من الإدارة العليا إلى أدنى مستوى تنفيذي.
- تنمية الوازع الديني والخُلقي لدى موظفي البنك، من خلال ربط التعاملات بالقيم الدينية والأخلاقية، وتعزيز خلق الأمانة والصدق في التعاملات.
- التقويم المستمر للأداء والنتائج.
- الاهتمام بإجراء بحوث ميدانية لتأكيد الإثبات العلمي لدور البنوك الإسلامية في التنمية الاجتماعية، وللتعرف على أكثر الطرق والوسائل فعالية في إحداث هذه التنمية والإسراع بها.

3- برنامج المسؤولية الاجتماعية لمجموعة البركة المصرفية خلال الفترة (2016- 2020):

يستعرض برنامج المسؤولية الاجتماعية لمجموعة البركة المصرفية إسهامات المجموعة في تعزيز تنمية المجتمعات التي تعمل فيها.

1-3- مجموعة البركة المصرفية (ABG) كمؤسسة مصرفية إسلامية:

مجموعة البركة المصرفية هي شركة مساهمة عامة مقرها بمملكة البحرين، تأسست عام 2006م، نتيجة نقل الحصص المختلفة في ملكيات بنوك البركة إلى المجموعة بداية من عام 2004م (المجلة الدورية التي تُعنى بشؤون المال والأعمال، 2011، ص02)، بالإضافة إلى توحيد قوائمها المالية وتجميعها، وتعتبر مجموعة البركة المصرفية أول مجموعة عربية تتمتع بهذا الحجم والمستوى من الانتشار الجغرافي الذي أصبح يمتد إلى 61 بلدا عبر بنوك تابعة، ويمكن توضيح أعضاء مجموعة البركة المصرفية في الجدول الآتي:

الجدول (02): أعضاء مجموعة البركة المصرفية (ABG)

اسم البنك	البلد	عدد الفروع	سنة التأسيس
البنك الإسلامي الأردني	الأردن	80	1978
بنك البركة المصري	مصر	26	1980
بنك البركة التونسي	تونس	08	1983
بنك البركة السوداني	السودان	27	1984
بنك البركة الإسلامي	البحرين	06	1984
بنك البركة التركي للمشاركات	تركيا	167	1985
بنك البركة المحدود	جنوب إفريقيا	07	1989
بنك البركة الجزائري	الجزائر	26	1991
بنك البركة اللبناني	لبنان	07	1991
مجموعة البركة المصرفية (الشركة الام)	البحرين	01	2002
اتقان كابيتال	المملكة العربية السعودية	01	2007
بنك البركة	اندونيسيا	01	2008
بنك البركة السوري	سوريا	09	2009
بنك البركة الباكستاني المحدود	باكستان	110	2010
بنك البركة الليبي	ليبيا	01	2011

المصدر: الموقع الرسمي لمجموعة البركة المصرفية

http://www.ambaraka.com

من خلال الجدول يتضح لنا أن مجموعة البركة المصرفية حققت انتشارا جغرافيا كبيرا في غضون 10 سنوات، حيث وصل عدد فروعها في عام 2014 إلى 477 فرع موزعة عبر 15 دولة، وفي عام 2018 أصبح675 فرع موزعة في 3 قارات و16 دولة بمجموع أصول يقدر بـ 25 مليار دولار، وبحكم أن تأسيس الشركة الأم للمجموعة كان في سنة 2002، وبداية عملية نقل الحصص المختلفة في ملكيات بنوك البركة إلى المجموعة كان في سنة 2004، ودام إلى غاية عام 2006.

عرض شامل لبرنامج مجموعة البركة المصرفية للمسؤولية الاجتماعية:

يعد برنامج المسؤولية الاجتماعية بمثابة جزء محوري في رؤية ورسالة مجموعة البركة المصرفية، وبالتالي فهي تقيس حجم إسهام وحداتها من خلال الرصد.

2-3- عرض شامل لبرنامج مجموعة البركة المصرفية للمسؤولية الاجتماعية:

يعد برنامج المسؤولية الاجتماعية بمثابة جزء محوري في رؤية ورسالة مجموعة البركة المصرفية، وبالتالي فهي تقيس حجم إسهام وحداتها من خلال الرصد الدقيق للقيمة الاقتصادية التي تضيفها للمجتمع، وتوسيع نطاق برنامجها الفعال للمسؤولية الاجتماعية، والذي يتضمن الآتي:

- برنامج البركة للعمل الخيري.
- برنامج البركة للفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية.
- برنامج البركة للقرض الحسن.
- برنامج البركة للالتزام الزمني.

يمكن توضيح مشاركة وحدات مجموعة البركة المصرفية في برنامج المسؤولية الاجتماعية من خلال الجدول الآتي:

الجدول (03): مشاركة بنوك البركة في برنامج المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة (2016-2020)

بنوك البركة	البرنامج الخيري (دولار أمريكي)	برنامج القرض الحسن (دولار أمريكي)	برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية (دولار امريكي)	الالتزام الزمني (عدد الساعات)
مجموعة البركة المصرفية	206050	546300	لم يتم قياسها	لم يتم قياسها
الجزائر	594861	584460	لم يتم قياسها	لم يتم قياسها
مملكة البحرين	2055703	966599	58472149	لم يتم قياسها
مصر	707165	2016876	254376335	1240
الأردن	1190219	10755101	591347715	1080
لبنان	120762	740558	84440478	5
باكستان	563746	348242	597896519	لم يتم قياسها
جنوب إفريقيا	194000	لم يتم قياسها	6338658	233
السودان	279858	1559693	178300414	لم يتم قياسها
سوريا	113793	لم يتم قياسها	1557838	لم يتم قياسها
تونس	796693	لم يتم قياسها	11643	لم يتم قياسها
تركيا	3931659	4798345	421624700	91

المصدر: تقرير الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية لمجموعة البركة المصرفية، 2016، ص08.

يوضح الجدول السابق إنجازات الوحدات التابعة لمجموعة البركة المصرفية في مختلف الدول، بالإضافة إلى ما هو مخطط له، فيما يتعلق بالبرامج التالية:

البرنامج الخيري، والذي يهتم بالآتي :

-التعليم (من خلال تمويل المؤسسات التعليمية الجديدة، تمويل مشاريع البنية التحتية في المؤسسات التعليمية القائمة، برنامج البركة للمنح الدراسية للطلبة الموهوبين والمحتاجين، والذي يأتي تماشيا مع مبدأ التوزيع العادل للفرص بين الجنسين).

-تنمية المجتمع من خلال تمويل المشاريع التي توفر خدمات السكن والرعاية الصحية بأسعار مقبولة، وأي شكل من أشكال التنمية التي تعود بالمنفعة للمجتمع.

بالإضافة إلى الاهتمام بالثقافة والآداب، والعمل البحثي والأدبي الذي يهدف إلى الإسهام في ترويج العمل البحثي في الشريعة الإسلامية والتمويل والعمل المصرفي، برامج الشباب والرياضة، والبيئة والاستدامة، خدمات ذوي الاحتياجات الخاصة.

أما برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية، والذي يهتم بالآتي:

تنمية المجتمع من خلال التمويل والاستثمار في المشاريع التي تدعم السكن الاقتصادي، ومجالات الرعاية الصحية وغيرها من الأنشطة المرتبطة بها، المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.

4- الآثار المترتبة على التزام البنوك الإسلامية بمسؤوليتها الاجتماعية:

هناك العديد من المزايا التي تعود على البنوك الإسلامية عند تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، يمكن تلخيصها فيما يلي (لطرش، 2018 ، ص 239-241):

- تحسين صورة البنك: والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، النجاح في تقديم الخدمات، الثقة المتبادلة بين البنوك وأصحاب المصالح، مستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه البنوك، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار في العنصر البشري.

- جذب الإطارات الكفؤة: حيث يمثل التزام البنوك بمسؤوليتها الاجتماعية عنصر جذب للموارد البشرية المتميزة والاحتفاظ بها، بالإضافة إلى ذلك تعمل المسؤولية الاجتماعية على غرس روح الفخر والانتماء لهذه البنوك.

- بناء علاقات قوية مع الحكومات: مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية، التي قد تتعرض لها البنوك أثناء ممارستها لمختلف أنشطتها.

- تخفيض التكاليف: يعتبر اسهام المسؤولية الاجتماعية في تخفيض التكاليف من أهم دوافع تبنيها من قبل المؤسسات، فقد أوضح تقرير (Grant Thorton) الدولي لسنة 2014 عن أكثر من 2500مؤسسة في 34 بلد، أن 67% من المؤسسات ترى أن تخفيض التكاليف من أهم دوافع تبنيها لممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

- كسب ثقة المجتمع: تساعد نشاطات البنوك المسؤولة اجتماعيا على كسب ثقة وتأييد المجتمع للبنوك، وهذا التأييد الاجتماعي يساعدها على توطيد علاقاتها مع زبائنها الحاليين، وكسب زبائن جدد في المستقبل.

- اكتساب ميزة تنافسية: يساهم تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في إكساب البنوك الإسلامية لميزة تنافسية، تسمح لها بالتفوق والتميز على منافسيها من خلال تقليل المخاطر والتكاليف، علاقات جيدة مع أصحاب المصالح.

- زيادة العوائد والأرباح: تكمن الأهمية الكبيرة للمسؤولية الاجتماعية في كونها تساهم في تحسين العائد المالي والأرباح.

- رفع قدرة البنوك على الابتكار: بما أن برامج المسؤولية الاجتماعية ليست موحدة لدى كل المؤسسات في كل أنحاء العالم، فإن ذلك يشجع البنوك الإسلامية على تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية، وابتكار نشاطات اجتماعية وبيئية جديدة لم تتبناها باقي البنوك المنافسة.

ثانيا- محددات الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية :

تعتبر الميزة التنافسية العنصر الاستراتيجي الهام الذي يساعد في اقتناص الفرص، ويقدم فرصة جوهرية وحقيقية لكي تحقق البنوك ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافسيها، والتنافسية هي المصدر الذي يعزز وضع البنك بما يحققه من الأرباح، ومن خلال امتيازه على منافسيه في مجالات: الخدمة، السعر، التكلفة.

1- مفهوم الميزة التنافسية:

تعددت تعاريف الميزة التنافسية، يمكن ذكر الآتي منها:

-إيجاد ميزة منفردة يتفوق البنك بها على المنافسين، أي أن الميزة التنافسية تجعل البنك متميز عن المنافسين الآخرين (Barry, 2001, p12) .

-الميزة التنافسية تستهدف بناء نظام يمتلك ميزة فريدة أو مميزة يتفوق بها البنك على المنافسين من خلال قيمة العميل، إذ أن العميل يلجأ إلى البنك الذي يدرك بأن خدماته ستحقق له أعلى منفعة أو قيمة مقارنة بخدمات المنافسين، كما ان التنافسية تعني عرض البنك لخدماته بطريقة كفؤة ومستدامة، ويمكن المحافظة عليها باستمرار وعرضها بشكل أفضل من الآخرين (النجار، 2004، ص 08).

-ويؤكد Macmillan and Tampo بأن البنوك تسعى إلى التفوق في بيئة أعمالها من خلال امتلاكها الميزة التنافسية والحفاظ عليها (Mahen, p200) .

2- أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية :

تتوقف الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية على قدرة تعزيز الاستراتيجية المجدية من حيث: الوقت، الجودة، التكلفة، والمرونة.

-التنافس بالوقت: في هذا المجال يتم التركيز على كيفية الاختصار من خلال اختزال وقت انتاج وتقديم المنتجات المصرفية الإسلامية، ويتعدى ذلك إلى الالتزام بالوقت الذي يرغبه العميل.

-التنافس بالجودة: في هذا المجال يتم التركيز على كيفية اشباع حاجات العملاء المعلنة بما تقدمه البنوك الإسلامية من منتجات المصرفية الإسلامية ذات جودة عالية، وهنا تفكر البنوك الإسلامية في إشباع الحاجات غير المعلنة للعملاء عن طريق التفكير الدقيق بما يمكن أن يرضي العملاء، وذلك عن طريق الاعتماد على المقومات الآتية :

- جعل الجودة من اهتمامات الإدارة العليا في البنوك الإسلامية.
- ضمان الأداء السليم من المرة الأولى.
- تبني مفهوم التحسين المستمر.
- التنافس بالتكلفة: ويتم ذلك عن طريق اعتماد التكلفة كأداة تنافسية من خلال تحديد أسعار تنافسية، ولا يتم ذلك إلا بالضبط المستمر للتكاليف.
- التنافس بالمرونة: تركز البنوك الإسلامية في هذا المجال على الاستجابة للتغيرات في توقعات ورغبات العملاء، والقدرة على تغيير أنظمة عمل البنوك الإسلامية بما يناسب تلك التوقعات.
- التنافس بالتميز: على البنوك الإسلامية في هذا المجال التركيز على الظهور متميزة عن منافسيها في نظر عملائها، وفي تقديم منتجات جديدة ومبتكرة.

ثالثا- أثر تبني مجموعة البركة المصرفية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية:

تتصف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية بأنها علاقة معقدة ومتداخلة، فالبعض يرون أن الامتثال لمتطلبات المسؤولية الاجتماعية عبئا إضافيا يزيد من التكاليف ويضر بالميزة التنافسية للمنظمات، بينما يعتقد آخرون بأن المعيار الاجتماعي يصب في مصلحة المنظمة للحد من التأثيرات السلبية للمجتمع، وبالتالي زيادة المنفعة خاصة على المدى البعيد كميزة تنافسية مستدامة.

1- مجتمع الدراسة: تضمن مجتمع الدراسة العاملين في الإدارة العليا وفي لجنة الإدارة المختصة بالمسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية.

- نوع عينة الدراسة وحجمها : تم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة لجمع بيانات الدراسة، حيث تم سحب عينة مقدارها 170عنصر من المديرين العاملين في 477 فرع لمجموعة البركة المصرفية، بمستوى معنوية 0.05، وتم استعادة 140 استبانة احصائية من أصل 170.

الجدول (04): وصف عينة الدراسة

الصفة	الفئة	النسبة%	التكرار
الجنس	ذكر	98.5	138
	أنثى	1.4	2
الخبرة العملية	أقل من 5سنوات	10.7	15
	5سنوات واقل من 10سنوات	82.1	115
	أكثر من 10 سنوات	7.1	10
المستوى الوظيفي	رئيس مجلس الإدارة	35.7	50
	غير ذلك (نائب رئيس أعلى، نائب رئيس أول)	57.1	80
	رئيس لجنة	7.1	10

المصدر: من إعداد الباحثة.

2- ثبات أداة الدراسة وفق معامل: Alpha-cronabach

تم استخدام ثبات الاتساق الداخلي للتحقق من ثبات أداة الدراسة لحساب قيمة معامل Alpha-cronabach حيث تكون النتيجة مقبولة إحصائيا إذا كانت قيمته أكبر من 0.60.

الجدول (05): معاملات الثبات لأداة الدراسة و أبعادها وفق معاملAlpha-cronabach

المتغير	الأبعاد	معامل الثبات
المسؤولية الاجتماعية	المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	0.840
	المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	0.899
	المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	0.800
الميزة التنافسية	تخفيض التكلفة	0.780
	زيادة المرونة	0.883
	زيادة الابتكار	0.860
الثبات الكلـــــي لأداة الدراسة		**0.838**

المصدر: من إعداد الباحثة.

من خلال الجدول السابق نجد أن معامل Alpha-cronabach قيمته الكلية تقدر بـ 83.8%، وهي أكبر من 60% لذا يمكن وصف أداة الدراسة بالثبات، وبالتالي فالبيانات التي تم الحصول عليها مناسبة لقياس المتغيرات، وتخضع لدرجة اعتمادية عالية.

3- نموذج الدراسة:

الشكل (01): نموذج دراسة أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أبعاد الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول (06): التوزيعات النسبية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	المستوى
المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	يقدم البنك خدمات بأسعار مناسبة	4.2385	3.40270	1	مرتفع
	يحرص البنك على تقديم خدمات في متناول جميع العملاء	4.0846	0.81683	3	مرتفع
	يحرص البنك على تقديم خدمات آمنة	4.1846	0.76791	2	مرتفع
	المؤشر الكلي	4.1692	1.78062		مرتفع
المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	يقدم البنك تبرعات لصالح المجتمع	3.8077	0.74808	2	مرتفع
	يقدم البنك الدعم المادي لإقامة المناسبات الدينية والوطنية في المجتمع	3.9077	0.72010	1	مرتفع
	يقدم البنك التمويل للمنشآت التي تُقام في المجتمع	3.6769	0.79937	3	مرتفع
	المؤشر الكلي	3.7974	0.70419		مرتفع
المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	مشاركة البنك في برامج حماية البيئة	3.8000	0.80116	1	مرتفع
	ربط البنك لرسالته ورؤيته بالأداء البيئي	3.7915	0.89619	2	مرتفع
	مساهمة البنك في تجميل المنطقة التي ينشط فيها وتشجيرها للحفاظ على البيئة	3.6462	0.89669	3	متوسط
	المؤشر الكلي	3.7359	0.69607		مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجاتspss

من خلال الجدول نجد أن :

المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء قد حققت وسطا حسابيا يقدر بـ4.1692 وانحراف معياري قدره 1.78062، وبالتالي فمستوى المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء في البنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية مرتفع حسب وجهة نظر عينة الدراسة.

أما المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع فقد حققت وسطا حسابيا قدر بـ 3.794 وانحراف معياري قدر بـ0.704، وهذا يدل على أن مستوى المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع في البنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية مرتفع حسب وجهة نظر عينة الدراسة.

أما المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة قد حققت وسطا حسابيا مقداره 3.735 وانحرافا معياريا قدره 0.696، وهو ما يدل على أن مستوى المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة مرتفع، وذلك وفقا لوجهة نظر عينة الدراسة.

الجدول (07): التوزيعات النسبية والمتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية لتقدير مستوى أبعاد الميزة التنافسية للبنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية

أبعاد الميزة التنافسية	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	المستوى
تخفيض التكلفة	المسؤولية الاجتماعية تساعد البنك على تقليل تكلفة الخدمات التي يقدمها مقارنة بالبنوك المنافسة	3.7769	0.79986	2	مرتفع
	المسؤولية الاجتماعية تساعد البنك على التركيز على البحث والتطوير من أجل تقليل التكاليف	3.9000	0.85227	1	مرتفع
	المسؤولية الاجتماعية تجعل البنك يتمتع بميزة انخفاض تكلفة العمل المباشرة والتي تؤثر في العملية الانتاجية	3.7231	0.85377	3	مرتفع
	المؤشر الكلي	3.8154	0.61360		
الزيادة في المرونة	المسؤولية الاجتماعية تساعد البنك على مواكبة التغيرات بالسوق واقتناص الفرص المتاحة	4.2769	0.59735	1	مرتفع
	المسؤولية الاجتماعية تساعد البنك على التكيف مع أي تغيير يطرأ على تصميم أو حجم الخدمات المطلوبة بسهولة	4.0538	0.65072	3	مرتفع
	المسؤولية الاجتماعية تساعد البنك في الاستجابة لمقترحات وأفكار عملائه في تطوير خدماته	4.1692	0.72852	2	مرتفع
	المؤشر الكلي	4.1666	0.55706		
	المسؤولية الاجتماعية تساعد إدارة البنك على الابتكار في أساليب تقديم الخدمات	4.1308	0.85715	1	مرتفع
	المسؤولية الاجتماعية تجعل من إدارة البنك تسعى لتحقيق التميز في أعمالها اعتمادا على تشجيع الابداع	3.8462	0.80176	3	مرتفع

زيادة الابتكار	والابتكار				
	المسؤولية الاجتماعية تميز الابتكار في البنك بأنه أفضل من الابتكار لدى المنافسين	3.8538	0.79837	2	مرتفع
	المؤشر الكلي	3.9436	0.73660		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق نجد أن :

تخفيض التكلفة كبُعد للميزة التنافسية قد حققت وسطا حسابيا قدر بـ 3.799 وانحراف معياري قدره 0.614، وهذا يدل على أن مستوى تخفيض التكلفة في بنوك مجموعة البركة المصرفية مرتفع وذلك وفقا لوجهة نظر عينة الدراسة.

أما الميزة التنافسية في بُعد زيادة المرونة قد حققت وسطا حسابيا مقداره 4.166 وانحراف معياري قدره 0.557، وهو ما يدل على أن مستوى زيادة المرونة في بنوك مجموعة البركة المصرفية مرتفع حسب وجهة نظر عينة الدراسة .

أما زيادة الابتكار كبُعد للميزة التنافسية فقد حقق وسطا حسابيا مقداره 3.943 وانحراف معياري قدره 0.737، وبالتالي فإن مستوى زيادة الابتكار في بنوك مجموعة البركة المصرفية مرتفع وذلك وفقا لوجهة نظر عينة الدراسة.

الجدول (08): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية

أبعاد المتغير التابع	أبعاد المتغير المستقل	B	Beta	T	Sig
تخفيض التكلفة	المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	0.297	0.249	3.002	0.003
	المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	0.342	0.304	3.867	0.00
	المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	0.342	0.263	2.960	0.004
	R^2=40.8 F=15.792 Sig=0.000				
زيادة المرونة	المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	0.189	0.174	1.558	0.122
	المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	0.134	0.142	1.438	0.153
	المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	0.085-	0.086-	0.818-	0.415
	R^2=0.061 F=2.400 Sig=0.032				
زيادة الابتكار	المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء	0.381	0.314	3.252	0.001
	المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	0.088	0.066	0.644	0.521
	المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة	0.246	0.214	2.343	0.021
	R^2=0.200 F=6.375 Sig=0.000				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق نجد أن:

المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها لها تأثير معنوي في تخفيض التكلفة وزيادة المرونة وزيادة الابتكار، ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة على التوالي 15.792، 2.400، 6.375، وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) ، وهذا يشير إلى معنوية النموذج، بينما معامل التحديد فيدل على أن 40.8% من التغيرات الحاصلة في تخفيض التكلفة تعود إلى المسؤولية الاجتماعية، بينما 59.2%تعود إلى متغيرات أخرى خارج النموذج، وأن 6.1% من التغيرات الحاصلة في زيادة المرونة تعود إلى المسؤولية الاجتماعية، بينما 93.9% تعود إلى متغيرات أخرى خارج النموذج، وأن 20% من التغيرات الحاصلة في زيادة الابتكار تعود إلى المسؤولية الاجتماعية بينما 80% تعود إلى متغيرات أخرى خارج النموذج.

II. نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج الآتية:

- تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف البنوك الإسلامية ليس بالأمر الحديث، لأن فلسفة وجود هذه البنوك ترتكز على أساس المساهمة في دفع وتيرة التنمية الاقتصادية من جهة، وتحقيق التنمية الاجتماعية من جهة أخرى.

- تعتبر مجموعة البركة المصرفية من أوائل البنوك الإسلامية التي اعتمدت على برنامج للمسؤولية الاجتماعية، حيث اعتبرت المجموعة دور المسؤولية الاجتماعية عنصرا أساسيا في نموذج أعمالها في جميع الدول التي تمتلك فروعا فيها.

- أظهرت الدراسة أن مستوى أبعاد المسؤولية الاجتماعية سواء المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء، نحو المجتمع، نحو البيئة في بنوك البركة كان مرتفعا حسب وجهة نظر عينة الدراسة.

- أظهرت الدراسة أن مستوى أبعاد الميزة التنافسية سواء تخفيض التكلفة، زيادة المرونة، وزيادة الابتكار في بنوك البركة كان مرتفعا حسب وجهة نظر عينة الدراسة.

- أظهرت الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء، المسؤولية نحو المجتمع، المسؤولية نحو البيئة) على تعزيز الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة، زيادة الابتكار) في البنوك العاملة ضمن مجموعة البركة المصرفية.

- أكثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية إسهاما في التأثير في تخفيض التكلفة في بنوك مجموعة البركة المصرفية هي المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع نظرا لما حققته من قيم لـ T و B و Beta . أما بالنسبة لزيادة المرونة وزيادة الابتكار فأكثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية إسهاما في التأثير هي المسؤولية الاجتماعية نحو العملاء نظر لما حققته من قيم لـ T و B و Beta .

III.الخلاصة:

تحظى المسؤولية الاجتماعية باهتمام البنوك الإسلامية، إذ أنها السبيل الذي تؤدي من خلاله البنوك الإسلامية واجبها نحو المجتمع للمشاركة في محاربة البطالة والفقر، وتوزيع الثروة والإسهام في نشر العدالة، وبالرغم من أن الاهتمام بالخدمات الاجتماعية يعد واجبا أخلاقيا، إلا أنه أيضا أحد وسائل تحسين الانتاجية وتعظيم الأرباح، فقد دلت الأبحاث العلمية أن البنوك الأكثر إرهافا في حساسيتها لبيئتها الاجتماعية قد استطاعت ان تكون أكثر ربحية في الأجل الطويل .

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج ارتأينا اقتراح الآتي:

- على مجموعة البركة المصرفية إعطاء نفس الأهمية والأولوية للأنشطة الاجتماعية بالموازاة مع الأنشطة الاقتصادية الهادفة للربح، وتأهيل القيادات العليا في البنوك وتدريبهم على الطرق الحديثة في تخطيط أعمال المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى وضع معايير لتقييم الأداء حتى تتمكن هذه البنوك من تحسين تلك الأنشطة.

-ا لإصرار والمثابرة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بنوك البركة انطلاقا من إقامة الشراكة مع الجهات الفاعلة في المجتمع مثل الجمعيات المدنية، والعمل أيضا على التعاون مع المؤسسات ذات الخبرة في ميدان المسؤولية الاجتماعية .

- ضرورة استفادة البنوك والمؤسسات المالية من تجربة مجموعة البركة المصرفية الرائدة ذات المضمون الأخلاقي، التي أعطت بعدا للمسؤولية الاجتماعية متوافقا مع المسؤولية الوطنية التي تتطلع لتحقيق التنمية المستدامة، والتخفيف من عبء الفقر والبطالة في المجتمعات.

- **الاحالات والمراجع:**

- **المؤلفات:**

- محسن عبد الكريم، صباح مجيد النجار، **إدارة الإنتاج والعمليات**، عمان: دار وائل للطباعة والنشر، 2004، ص08 (بتصرف).

- Heizer. Jay, Render Barry, **principles of operation Management**, 4th ed,, u.s.a: prentice Hall: New jersey, 2001, p12.

- **المقالات:**

- جمال جعيل، محمد لطرش، **المسؤولية الاجتماعية بالبنوك الإسلامية – دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني**، مجلة الدراسات المالية والمحاسبة، العدد 09، جوان 2018، ص ص 239-241.

- محمد صالح علي عياش، **المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية**، مجلة البنك الإسلامي للتنمية، جدة السعودية، 2018، ص15.

- المجلة الدورية التي تُعنى بشؤون المال والأعمال، يصدرها بنك البركة السوداني، العدد السابع، مارس 2011، ص02.

- H.C.Rathnasiri, **corporat social resq on sibility practices of sri lankan private sector: an exploratory study**, sri lankan journal of management, vol.8,nos.3&4,july-december, 2003,p195.

- Hugh Macmillan & Tampoe Mahen, **Strategic Management process content and Implementation**, Oxford University press, U.K, without a year of publication , p200.

- كامل صكر القيسي، **دور المؤسسات المصرفية الإسلامية في التنمية الاجتماعية**، مجلة إدارة البحوث بدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2008، ص18.
- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، **الإدارة الاستراتيجية في المصارف الإسلامية**، مجلة المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، جدة، 2004، ص421.

- **المداخلات:**
- مختار بونقاب، لحسن علاوي، **دور أخلاقيات الأعمال في محاربة الفساد الإداري (مؤشرات دولية وحلول إسلامية)**، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثالثة: أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة ورقلة، يومي 27، 28 نوفمبر 2017، ص25.
- مصطفى العرابي، نذير طروبيا، **المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية: تحليل تجربة المصرف الإسلامي للتنمية**، ورقة علمية مقدمة إلى الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية خلال الفترة 14-15 فيفري 2012، جامعة بشار، الجزائر، ص12.

- **مواقع الأنترنت:**
- الموقع الرسمي لمجموعة البركة المصرفية:
http://www.ambaraka.com consulté le 17/05/2020.