

The Impact of Adopting the Concept of Social Responsibility on the Quality of Banking Services- An applied study at the National Bank of Najran

أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية- دراسة تطبيقية في البنك الأهلي بنجران

Fahd Zaben Misfer Al-Hillah^{*}

فهد زابن مسفر الحلة^{*1}

¹ Master of Business Administration, Najran University, Kingdom of Saudi Arabia.

¹ ماجستير إدارة الأعمال- جامعة نجران- المملكة العربية السعودية.

^{*} Corresponding Author: Fahd Al-Hillah (Fzh1400@gmail.com)

* الباحث المراسل: فهد الحلة (Fzh1400@gmail.com)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/2/24

Revised

مراجعة البحث

2025/11/18

Received

استلام البحث

2025/10/27

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.3.3>

Abstract:

Objectives: The study explored the impact of adopting the concept of social responsibility on the quality of banking services, through an applied study at the National Commercial Bank in Najran.

Methods: The study followed a descriptive analytical approach. It included an introduction that explained the problem of the study, which revolves around the main question: What is the impact of adopting the concept of social responsibility on the quality of banking services provided by the National Commercial Bank in Najran? The research sample consisted of 70 employees at the Ministry of Human Resources branch in the Najran region (50 males and 20 females). A questionnaire consisting of 42 items distributed across two dimensions—social responsibility and quality of banking services—was employed.

Results: The results confirmed a positive impact of adopting the concept of social responsibility on the quality of banking services provided by the National Commercial Bank in Najran, with a Pearson correlation coefficient of (0.593**).

Conclusions: The study recommended that the National Commercial Bank in Najran continue to enhance its efforts in the field of social responsibility in economic, social, and environmental dimensions.

Keywords: Social Responsibility; Economic Dimension; Social Dimension; Environmental Dimension; Banking Service Quality.

الملخص:

الأهداف: تناولت الدراسة استكشاف أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية، دراسة تطبيقية في البنك الأهلي بنجران.

المنهجية: اتبعت هذه الدراسة لأغراض التحقق من فرضياتها المنهج الوصفي التحليلي، واشتملت الدراسة على مقدمة تم فيها شرح مشكلة الدراسة المتمثلة في التساؤل الرئيسي المتمثل في أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، وتكونت عينة البحث من (70) من العاملين بفرع وزارة الموارد البشرية بمنطقة نجران (50) من الذكور و(20) من الإناث، وتم توظيف استبانة مكون من (42) فقرة موزعة على محورين، مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية.

النتائج: أكدت نتائج البحث بوجود أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.593**).

الخلاصة: أوصت الدراسة بضرورة مواصلة البنك الأهلي بنجران تعزيز جهوده في مجال المسؤولية الاجتماعية في الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية؛ البعد الاقتصادي؛ البعد الاجتماعي؛ البعد البيئي؛ جودة الخدمات المصرفية.

الاستشهاد

Citation

الحلة، فهد. (2026). أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية- دراسة تطبيقية في البنك الأهلي بنجران. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (3), 292-306.

Al-Hillah, F. M. (2026). The Impact of Adopting the Concept of Social Responsibility on the Quality of Banking Services- An applied study at the National Bank of Najran. *Global Journal of Economics and Business*, 16(3), 292-306. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.3.3> [In Arabic]

المقدمة:

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخدمية جانباً بالغ الأهمية لاستراتيجيات الأعمال في العالم الحديث، وخاصة في القطاع المصرفي، حيث أن دور البنوك في المجتمع يتجاوز تقديم الخدمات المالية، ويتطلب منها بشكل متزايد المساهمة بشكل إيجابي في تنمية المجتمع من خلال المشاركة في ممارسات مستدامة تفيد المجتمع ككل، علماً بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخدمية في القطاع المصرفي لا تتعلق بالسلوك الأخلاقي والمساهمات الاجتماعية فحسب، بل لديها أيضاً القدرة على تحسين جودة الخدمات المصرفية (نجم، 2020، ص 1).

ومن ناحية أخرى، تشير المسؤولية الاجتماعية إلى الممارسات والسياسات التي تتبناها المنظمات للعمل بطريقة أخلاقية ومسؤولة اجتماعياً، فهي تنطوي على التزام بالمساهمة في رفاهية المجتمع من خلال مبادرات مختلفة، مثل التبرعات الخيرية وبرامج الاستدامة البيئية وممارسات رعاية الموظفين وغيرها من الخدمات (Bolibok, 2021, p.12).

وينظر كذلك إلى المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي على أنها محرك رئيسي لبناء علاقات أقوى مع العملاء، وغالباً ما ينظر إلى البنوك التي تعطي الأولوية للمسؤولية الاجتماعية على أنها أكثر جدارة بالثقة وأكثر مسؤولية أخلاقية، مما قد يعزز ولاء العملاء ويحسن السمعة العامة للمؤسسة المصرفية، فمن خلال تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات، تشير البنوك إلى التزامها بأكثر من مجرد تحقيق الربح فهي تثبت مساهمتها في الصالح العام، مما قد يؤثر بشكل إيجابي على تصور الخدمات التي تقدمها (Landi, & Rapone, 2018, p.22).

ويتم تحديد جودة الخدمات المصرفية من خلال عدة عوامل، بما في ذلك رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية وتوافر الخدمات والخبرة العامة التي يتمتع بها العملاء مع مؤسستهم المالية. وتتميز الخدمات المصرفية في أسواق اليوم التنافسية بأنها عالية الجودة بالموثوقية والاستجابة والراحة، فجودة الخدمة تعد عامل تمييز رئيسي للبنوك التي تتطلع إلى الاحتفاظ بالعملاء وجذب عملاء جدد (الطاهر، 2020، ص 74).

ويمكن أن يؤدي تبني مفهوم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تعزيز جودة الخدمات المصرفية من خلال تحسين علاقات العملاء وخلق بيئة عمل أكثر إيجابية ودعمًا وإدخال ممارسات مستدامة تتوافق مع قيم العملاء، مع التأكيد على ضرورة أخذ البنوك للمسؤولية الاجتماعية على محمل الجد، فغالباً ما يشعر العملاء بمزيد من التقدير والدعم، مما يؤدي إلى مستوى أعلى من الرضا والثقة في المؤسسة المصرفية (عبيد، 2021، ص 55).

مشكلة الدراسة:

لقد اكتسب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخدمية اهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة، وخاصة في القطاع المصرفي، ففي حين تزعم العديد من البنوك أنها تشارك في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخدمية، فإن التأثير الفعلي لهذه الممارسات على جودة الخدمات المصرفية لا يزال غير مستكشف (لقورة، 2023)، وعلى وجه الخصوص العلاقة بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات التي تقدمها البنوك ليست مفهومة جيداً، ونتيجة لذلك، يواجه القطاع المصرفي تحديات في الاعتراف الكامل بقيمة وفعالية المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز رضا العملاء والثقة والولاء، والتي تشكل أهمية بالغة لنجاح المؤسسات المصرفية على المدى الطويل (Nasr El-Din, & El-Hassan, 2023, p.20).

فقد لاحظ الباحث بأن معظم البنوك التجارية بمنطقة نجران وخاصة البنك الأهلي منخرطة بشكل نشط جداً في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، مثل دعم مشاريع التنمية المجتمعية وتعزيز الاستدامة البيئية، ولكن ردود أفعال العملاء أشارت إلى تصورات متباينة حول تأثير هذه المبادرات على جودة الخدمة الفعلية التي يقدمها البنك، وهذا ما دفع الباحث إلى التحقيق فيما إذا كان تبني المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية يؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء، ويعزز من موثوقية الخدمة والعلاقة الأقوى بين البنك وعملائه.

أسئلة الدراسة:

انطلاقاً مما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: "ما أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران؟"

وتمت صياغة تساؤلات فرعية اعتماداً على السؤال الرئيسي وهي:

- هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟
- هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟
- هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟

فروض الدراسة:

تقوم الدراسة على الفروض التالية:

- يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران.
- يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.
- يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.
- يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران.
- التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.
- التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.
- التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول أحد المفاهيم الحديثة في إدارة المؤسسات المالية، وهو مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتسعى إلى استكشاف مدى تأثير تبني هذا المفهوم على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ففي ظل التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال، أصبحت المؤسسات المصرفية مطالبة ليس فقط بتحقيق الربحية، بل أيضاً بالوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع، بما يعزز من صورتها المؤسسية ويزيد من ثقة العملاء بها. وتبرز أهمية هذه الدراسة التطبيقية في البنك الأهلي بنجران كونها تقدم نموذجاً واقعياً يمكن من خلاله قياس العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحسين جودة الخدمات المصرفية، من حيث الكفاءة، الاستجابة، الشفافية، والرضا العام للعملاء. كما تسهم نتائجها في دعم صناع القرار داخل القطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية لتبني سياسات أكثر اتساقاً مع التوجهات العالمية نحو التنمية المستدامة والمسؤولية المؤسسية.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على معرفة أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة (البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية بالبنك الأهلي بنجران.
- الحدود المكانية: البنك الأهلي بنجران.
- الحدود الزمانية: طبق البحث في الفصل الثاني من العام الدراسي 1446-1447هـ
- الحدود البشرية: اقتصر البحث على العاملين بالبنك الأهلي بنجران.

منهجية الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، ولذلك اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على آراء العاملين في البنك الأهلي بنجران ذوي الصلة بموضوع البحث حول تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك.

مصطلحات الدراسة:

• المسؤولية الاجتماعية:

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام أصحاب الأنشطة التجارية بالمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال وضع مجموعة من البرامج التي تستهدف العملاء الداخليين في المنظمة والمجتمع المحلي ككل، على النحو الذي يحقق المنافع لمجتمع الأعمال والتنمية على حد سواء" (البلشي، 2022، ص470).

• جودة الخدمات:

عرفت جودة الخدمات المصرفية بأنها "قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء وما يرغبون إليه أو التفوق عليها، ومن خلال الجودة يسعى المصرف لدعم قدرته التنافسية بتقديم الخدمات المميزة التي تعزز موقفه ومكانته في الأسواق المحلية والعالمية" (الطاهر وبن عبد الله، 2020، ص83).

• البنك الأهلي:

هو أحد المؤسسات المالية الرائدة في المملكة العربية السعودية، ويعتبر من البنوك الكبرى التي تقدم مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية للأفراد والشركات على حد سواء. تأسس البنك الأهلي في عام 1953، ويتميز بتقديم خدمات مصرفية مبتكرة في مجالات الودائع، القروض، بطاقات الائتمان، والخدمات الاستثمارية، كما يقدم حلولاً تمويلية متنوعة تلبي احتياجات العملاء في مختلف القطاعات (Allahham, 2015, P., 10).

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: المسؤولية الاجتماعية

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها: توجه إداري من قبل إدارة المنظمة نحو تبني الممارسات الفعالة لتحسين رفاهية المجتمع والبيئة من خلال التوصل إلى قرارات تدعم مختلف القضايا للوصول لمستوى أفضل (Yang, 2023, p.3).

وعرف البلشي المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام أصحاب الأنشطة التجارية بالمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال وضع مجموعة من البرامج التي تستهدف العملاء الداخليين في المنظمة والمجتمع المحلي ككل على النحو الذي يحقق المنافع لمجتمع الأعمال والتنمية على حد سواء" (البلشي، 2022، ص470).

كما عرف بن سعيد المسؤولية الاجتماعية بأنها "القرارات والتشريعات التي تحدد مصالح ومتطلبات المنظمات بمختلف أنواعها ضمن المجتمع الواحد من خلال مدى تفاعلها وقيامها بمسؤولياتها الاجتماعية إلى جانب مسؤولياتها الاقتصادية" (بن سعيد، 2022، ص49).

أهمية المسؤولية الاجتماعية:

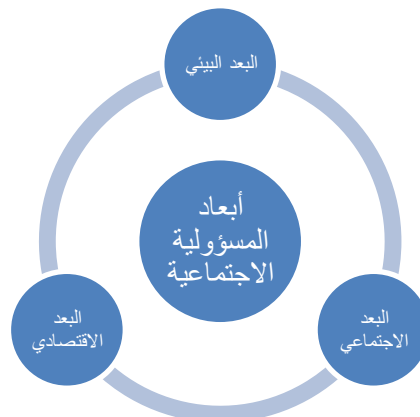
- تظهر أهمية المسؤولية الاجتماعية لكل من المنظمة والدولة والمجتمع على النحو الآتي (الرحيلي وعبيد، 2023، ص204):
- أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة: تحسين السمعة والعلاقات العامة، مما يساهم في تعزيز الثقة مع العملاء والمستثمرين، تحقيق التميز التنافسي من خلال تبني ممارسات مستدامة تميز المنظمة عن منافسيها، تعزيز الولاء الداخلي وتحفيز العاملين من خلال بيئة عمل تعكس القيم الإنسانية والاجتماعية.
- أهمية المسؤولية الاجتماعية للدولة: تحسين رفاهية المواطنين من خلال تعزيز البرامج الاجتماعية والتنمية المستدامة، جذب الاستثمارات الأجنبية من خلال توفير بيئة آمنة تشجع على الابتكار والتنمية، تقليل الفجوات الاجتماعية والاقتصادية بين مختلف الفئات من خلال المبادرات الشاملة.
- أهمية المسؤولية الاجتماعية للمجتمع: تحسين جودة الحياة من خلال الاستفادة من برامج المسؤولية الاجتماعية التي تدعم التعليم والصحة، تعزيز التلاحم الاجتماعي بين أفراد المجتمع وتشجيعهم على العمل الجماعي لتحقيق التنمية المستدامة، الحد من التلوث البيئي والمساهمة في حماية الموارد الطبيعية للأجيال القادمة.

مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

- تستند المسؤولية الاجتماعية إلى عدة مبادئ، لعل أهمها (لقوية، 2023، ص250):
- الحماية وإعادة الإصحاح البيئي، القيم والمبادئ الأخلاقية، المساءلة والمحاسبة، تقوية وتعزيز السلطات، الأداء المالي والنتائج: من خلال إعطاء المساهمين عوائد مالية بصفة دائمة مع المحافظة على الممتلكات والأصول والعمل على تحقيق نمو المنظمة على المدى البعيد، مواصفات مواقع العمل، العلاقات المهنية، الارتباط المجتمعي.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

- تأخذ المسؤولية الاجتماعية في المنظمة الفعالة عدة أبعاد، ويمكن الإشارة إلى أهمها (نجم، 2021، ص26):
- البعد البيئي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي.
- كما أشارت دراسة عبد السميع وراشد (Abd Elsamea, & Rashed, 2021, p.87-88) إلى أبعاد أخرى: المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الخيرية. وفيما يلي مخطط لتوضيح أهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية:



شكل (1): أهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية

المصدر: من إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

أسس نجاح المسؤولية الاجتماعية في المنظمات:

من الضروري أن يتوافر لدى منظمات الأعمال حتى تنجح في أدائها لمسؤوليتها المجتمعية مجموعة من الأسس، والتي تتمثل في (الشيبي ودياب، 2024، ص3810):

- إذا كانت المنظمة في بداية أداؤها للمسؤولية الاجتماعية، فمن الأفضل أن تبدأ بالأمور الصغيرة والسهلة، مثل: تدريب العاملين والرعاية الاجتماعية أو التفاعل مع أنشطة الحفاظ على البيئة.
 - ألا تتخذ منظمات الأعمال المسؤولية الاجتماعية وسيلة من وسائل الدعاية أو المظهر الخارجي.
 - من الضروري أن تؤمن المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، مع ضرورة وجود قناة كاملة ويقين تام من قبل مديري المنظمات والعاملين فيها بأهمية هذا الدور.
 - أن تحدد المنظمة دورها الاجتماعي عبر رؤية واضحة والعمل على تقديم مبادرة واضحة المعالم تجاه تعاملها مع المجتمع والبيئة بدلاً من الانتقاد والشكوى من السلبيات الموجودة.
 - من الضروري أن تضع المنظمات أولويات لقضايا المسؤولية الاجتماعية وعدم تنفيذها دفعة واحدة، بل تنفيذ الأعمال الأكثر أهمية والتي تحتاج إليها ثم الأعمال الأقل أهمية.
 - ينبغي على المنظمة أن تعين مسؤولاً أو أكثر متفرغاً لتنفيذ الأنشطة التي تتناول قضايا المسؤولية الاجتماعية ومتابعتها، مع تحديد الأهداف والمخططات المطلوبة والارتباط مباشرة بالإدارة العليا ومنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي على مستوى المنظمة.
 - أن يكون توجه المنظمة لأداء المسؤولية الاجتماعية نابغاً من قيم أخلاقية راسخة، تبنى عليها الاستراتيجيات والخطط والأهداف، مع التعاون والتنسيق والتشاور بين المنظمة والمنظمات الأخرى ذات العلاقة للقيام بمشاريع مشتركة ذات أهداف متسعة لكافة الأطراف.
- المسؤولية الاجتماعية في المصارف:**

مع تطور السوق وزيادة المنافسة وتنوع الخدمات المصرفية، أدركت المصارف أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز علاقات العملاء القوية وتعزيز سمعتها، وزادت الثقة ورضا العملاء، وأدركت المصارف بشكل متزايد أن تنفيذ الممارسات المسؤولة اجتماعياً لا يدعم تنمية المجتمع فحسب، بل يساعد أيضاً في بناء ولاء العملاء على المدى الطويل والمزايا التنافسية، ومن خلال دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في إطارها الاستراتيجي، يمكن للمصارف تحسين صورتها العامة والتواصل مع العملاء على مستوى أعمق والمساهمة في الرفاهية المجتمعية، وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي فيما يلي (Raičević, & Mitrović, 2018, p.59):

- العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والشركات التي تسعى إلى تحقيق الربح، وخاصة المصارف متعددة الأوجه، وفي حين بدت المسؤولية الاجتماعية للشركات في البداية غير ضرورية بالنسبة للمصارف، فقد أصبحت الآن جزءاً لا يتجزأ من عملياتها بسبب الضغوط التنافسية وتوقعات العملاء المتطورة، الترويج للأهداف الاجتماعية، التسويق من أجل الرفاهية العامة، التسويق الاجتماعي للشركات، العمل الخيري للشركات، العمل التطوعي المجتمعي، ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعياً، تغيير السلوك في القطاع المصرفي.
- ممارسات المسؤولية الاجتماعية على المستوى التنظيمي:**

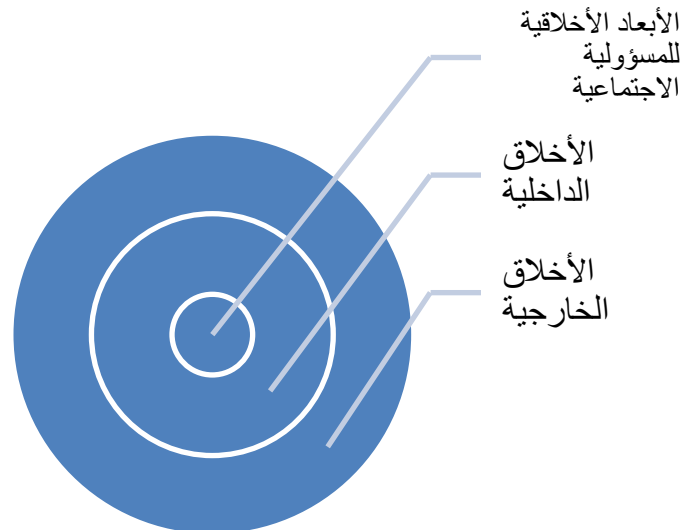
تتلخص أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على المستوى التنظيمي فيما يلي (Yang et al., 2023, p. 8570-8571):

- ثبت أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر بشكل إيجابي على العمليات التنظيمية، ويمكن أن يؤدي الحفاظ على العلاقات القوية مع أصحاب المصلحة إلى دفع نمو القيمة على المدى الطويل وتعزيز سمعة الشركة، من خلال تحسين كفاءة الإنتاج وتغيير أساليب الإنتاج وتوسيع الابتكار وتبني الاقتصاد الدائري، يمكن للشركات زيادة الأرباح، ورغم أن تنفيذ بعض المسؤوليات الاجتماعية، القطاع المصرفي معرض بشكل كبير للأضرار الناجمة عن الأخبار أو الإعلانات السلبية التي قد تؤثر على ثقة المودعين، فإن التحقيق في ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمصارف يعد أمراً حيوياً لفهم دورها في تأمين الاستقرار الطويل الأجل وثقة العملاء، إن العلاقة بين الشركات والعملاء هي بطبيعتها معاملتية وتحكمها المعاملة بالمثل، وأن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات قادرة على تلبية توقعات العملاء فيما يتعلق بالقيمة والرضا والموافقة، القيمة المدركة من قبل العملاء هي التقييم الذي يجريه العملاء حول الفوائد التي يتلقونها مقارنة بالتكاليف التي يتكبدها عند شراء منتج أو خدمة، والتي غالباً ما تتأثر بممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تتعلق فقط بالوفاء بالتزامات المساهمين أو الالتزامات الاقتصادية، بل تمثل جهداً تطوعياً من جانب المنظمات للمساهمة في الرفاهية المجتمعية والبيئية وأصحاب المصلحة، التوجه نحو العملاء: تنظر المصارف إلى العملاء باعتبارهم المحور الرئيسي لعملياتها، وتعطي الأولوية لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم.

الأبعاد الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع المصرفي:

تعمل المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع المصرفي على المستويين الداخلي والخارجي للأخلاقيات (Raičević, & Mitrović, 2018, p.60):

- الأخلاقيات الداخلية: وهي العمليات داخل المصارف، بما في ذلك الشفافية والإنصاف واتخاذ القرارات الأخلاقية في عملياتها.
- الأخلاقيات الخارجية: وهي عواقب الإجراءات المصرفية على المجتمع، مثل المساهمة في الاستدامة البيئية ودعم التنمية الاجتماعية، ومن خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات، لا تساهم المصارف في القضايا الاجتماعية فحسب، بل تعمل أيضاً على تحسين استدامة أعمالها وتعزيز ولاء العملاء والحفاظ على ميزة تنافسية في السوق المالية.



شكل (2): الأبعاد الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية
المصدر: من إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

ثانيًا: جودة الخدمات المصرفية

تعريف جودة الخدمات المصرفية:

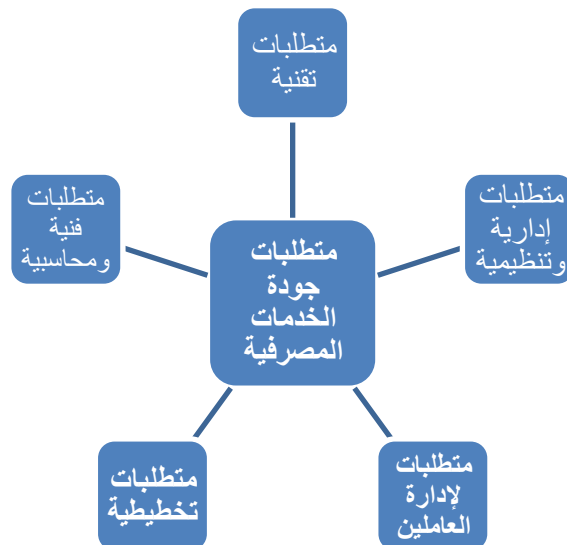
عرفت جودة الخدمات المصرفية بأنها "مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ومدى تطابق توقعاتهم لأبعاد جودة الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد في الخدمة المقدمة لهم" (عبيد، 2021، ص138). وعرف مرطاني أيضًا بأنها "مجموعة من الخصائص التي تميز الخدمة المصرفية، وتساهم في تلبية حاجات الزبائن" (مرطاني، 2021، ص10). كما عرفت جودة الخدمات المصرفية بأنها "قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء وما يرغبون إليه أو التفوق عليها، ومن خلال الجودة يسعى المصرف لدعم قدرته التنافسية بتقديم الخدمات المميزة التي تعزز موقفه ومكانته في الأسواق المحلية والعالمية" (الطاهر وبن عبد الله، 2020، ص83).

أهمية جودة الخدمات المصرفية:

يمكن إجمال أهميتها في الآتي (زحل الزبير، 2022، ص152): ذات قيمة استراتيجية، تساعد على الاحتفاظ بالزبائن والعمل على اكتساب ولائهم وانتمائهم لأطول فترة ممكنة، استمرار جودة الخدمات المصرفية يعمل على جذب زبائن جدد للتعامل مع المصارف، تعمل جودة الخدمات المصرفية على تطوير وتحسين العلاقات بين الزبون والمصارف، كما تعمل على تخفيض التكاليف وزيادة الأرباح والحصة السوقية وتحسين أداء المصرف المالي، تعمل جودة الخدمات على خفض الأخطاء في المعاملات المصرفية والحصول على أسعار وعمولات أكبر.

متطلبات جودة الخدمات المصرفية:

تحتاج جودة الخدمات المصرفية إلى عدة متطلبات، أهمها (سوداني وبن زايد، 2024، ص28): متطلبات إدارية وتنظيمية. متطلبات لإدارة العاملين. متطلبات تقنية، متطلبات تخطيطية، متطلبات فنية ومحاسبية.



شكل (3): متطلبات جودة الخدمات المصرفية
المصدر: من إعداد الباحثان من الإطار النظري للدراسة (2025).

أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

لجودة الخدمات المصرفية عدة أبعاد، وهي (زائد وأبو ختالة، 2024، ص292): الاعتمادية: تعني قدرة المصرف على تقديم خدماته بشكل موثوق ودقيق دون حدوث أخطاء، الاستجابة: تشير إلى سرعة المصرف في التعامل مع احتياجات العملاء والاستجابة لمطالباتهم أو استفساراتهم، الامتثال: تعني التزام المصرف بالقوانين واللوائح المصرفية المحلية والدولية والتأكد من أنه يعمل ضمن الإطار القانوني يضمن الأمان للعملاء. التوكيد: يشمل مستوى الثقة الذي يوفره المصرف للعملاء عبر التأكيد على مهارات العاملين واحترافهم، التعاطف: يتعلق بفهم المصرف لاحتياجات ومشاعر عملائه واهتمامه

١٣٤



شكل (4): أبعاد جودة الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

أنشطة المسؤولية الاجتماعية لتحسين جودة الخدمات المصرفية:

يمكن الإشارة إلى أهمها (بوخرص وتخزين، 2022، ص147): اتجاه المساهمين، اتجاه العاملين، اتجاه المتعاملين مع المصارف، تجاه المجتمع.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت متغير المسؤولية الاجتماعية

- دراسة الرحيلي وعبيد (2023) بعنوان: "تأثير إدارة الأرباح على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في البنوك السعودية: دراسة تطبيقية" (المملكة العربية السعودية)، هدفت الدراسة إلى كشف العلاقة بين إدارة الأرباح والمسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في عشرة بنوك سعودية، واستخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي التحليلي، وتم استخلاص البيانات ذات العلاقة واللازمة للتحليل الإحصائي من القوائم المالية وتقارير المسؤولية الاجتماعية للبنوك السعودية خلال الفترة (2016-2021)، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير لإدارة الأرباح البعد الاقتصادي والمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي، وأوصت الدراسة بزيادة الرقابة على المنظمات عند تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية ومحاولة وضع سياسات جديدة لضمان عدم استغلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية للتغطية على ممارسات إدارة الأرباح.
- دراسة دليج ومنصور (2023) بعنوان: "أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية في فلسطين"، هدفت الدراسة إلى بيان تأثير المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء المؤسسي في فلسطين، خاصة في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المنطقة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة من (46) من العاملين في المؤسسات الخدمية كعينة للدراسة، حيث تم استخدام الطريقة العشوائية لاختيار المشاركين، واعتمدت الدراسة على استبانة تم توزيعها على العينة لقياس مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المؤسسي، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأداء المؤسسي، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيراً إيجابياً لتطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية في فلسطين. وأوصت الدراسة بتعزيز تطبيق المسؤولية الاجتماعية في هذه المؤسسات، حيث يساهم ذلك بشكل فعال في تحسين أدائها وجودة الخدمات المقدمة للمواطنين.
- دراسة لقويرة (2023) بعنوان: "و اقع تبني المسؤولية الاجتماعية في البنوك العربية: دراسة حالة مصرف الجزيرة السعودي"، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في البنوك العربية: دراسة حالة مصرف الجزيرة السعودي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتناولت الدراسة محورين أساسيين، وهما المسؤولية الاجتماعية ومصرف الجزيرة السعودي، واتصفت الدراسة بأنها وصفية نظرية، واعتمدت على عدة دراسات سابقة ومراجع ذات صلة بمحورها. وتوصلت الدراسة إلى أن مصرف الجزيرة السعودي يلتزم بمسؤوليته الاجتماعية وتحقيقه لمؤشرات أداء عالية تعزز دوره الاجتماعي وتثبت التزامه التام اتجاه الأطراف وأصحاب المصلحة، كما يعد من أوائل المصارف التي اعتمدت

برامج متنوعة للمسؤولية الاجتماعية كبرنامج (خير الجزيرة لموظفي الجزيرة) أو الخارجية مثل: القروض الحسنة، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على زيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى المصارف العربية وضرورة الانتقال من الهدف المادي نحو الهدف الاجتماعي.

ثانياً: الدراسات السابقة التي تناولت متغير جودة الخدمات

- دراسة زائد وأبو ختالة (2024) بعنوان: "أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة" (ليبيا)، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، وتمثلت عينة الدراسة في (148) من العاملين في مصارف مدينة مصراتة، وهي: (المصرف الإسلامي الليبي، مصرف الواحة، مصرف اليقين، مصرف النوران، مصرف الأندلس)، وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية (تجاه المجتمع، تجاه العاملين، تجاه العملاء) وجودة الخدمات المصرفية (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)، حيث جاءت الدرجة الكلية للتأثير بدرجة (متوسطة)، بمتوسط حسابي (0.55) وانحراف معياري (0.68)، وأوصت الدراسة إدارات المصارف الإسلامية الليبية بزيادة الاهتمام بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بمختلف مجالاتها باعتبارها مؤثراً في جودة الخدمات المصرفية.
- دراسة يانغ (Yang, 2023) بعنوان: "تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على جودة الخدمات والإبداع المشترك لقيمة العملاء وإدراكها في السياق الرقمي: دراسة حالة البنوك في تاوان"، هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على جودة الخدمات والإبداع المشترك لقيمة العملاء وإدراكها في السياق الرقمي في البنوك التاوانية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، وتمثلت عينة الدراسة في (262) من العاملين في البنوك، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات وتحسين الإبداع الوظيفي للعاملين، وأوصت الدراسة بضرورة تحسين برامج الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- دراسة زحل الزبير (2022) بعنوان: "أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني"، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية في بنك فيصل الإسلامي السوداني، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة في (55) عضواً من العاملين في بنك فيصل السوداني، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية لتأثير ممارسة المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية، حيث جاءت بدرجة (مرتفعة)، بمتوسط حسابي عام (3.750) وبانحراف معياري (0.583)، وأوصت الدراسة بضرورة توفير برامج متنوعة للمسؤولية الاجتماعية لتعزيز جودة الخدمات المصرفية.
- دراسة عبيد (2021) بعنوان: "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني"، هدفت الدراسة التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني والتزامهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، وتم تصميم استبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، وتمثلت عينة الدراسة في (3765) عميلاً، وأظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية الكلية في البنك الإسلامي جاءت بدرجة (متوسطة) بمتوسط حسابي (3.32)، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز إدارة البنك الإسلامي الفلسطيني لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بوصفها استراتيجية للمنافسة والتميز.

التعقيب العام على الدراسات السابقة:

على الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية في سياقات عربية وأجنبية، إلا أن مراجعة الأدبيات تكشف عن وجود فجوة بحثية واضحة تتعلق بطبيعة العلاقة بين المتغيرين، وبخاصة في البيئة المحلية. فمعظم الدراسات السابقة ركزت على قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي (مثل دراسة الرحيلي وعبيد، 2023)، أو تحسين الأداء المؤسسي بشكل عام (دليح ومنصور، 2023)، بينما تناولت دراسات أخرى واقع تبني المسؤولية الاجتماعية دون اختبار علاقاتها السببية (لقوير، 2023). وفي المقابل، ركزت مجموعة أخرى من الدراسات على جودة الخدمات المصرفية بمعزل عن المسؤولية الاجتماعية أو في سياقات مختلفة كالمصارف الإلكترونية (عبيد، 2021). وبالرغم من وجود دراسات ربطت بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات (مثل زائد وأبو ختالة، 2024؛ زحل الزبير، 2022)، إلا أن هذه الدراسات اتسمت بعدة محدوديات تُشكل جوهر الفجوة البحثية، ويمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

فجوة في الإطار النظري وتطبيقاته

لم تُوضّح الدراسات السابقة بشكل كافٍ الأساس النظري الذي يفسّر العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات، إذ اكتفت معظمها بالمعالجة الوصفية دون ربط منهجي بنظريات مثل:

- نظرية أصحاب المصلحة Stakeholder Theory

- نظرية السمعة المؤسسية Corporate Reputation Theory
- نظرية القيمة المدركة Perceived Value Theory
- وبذلك بقيت العلاقة بين المتغيرين غير مُفسَّرة تفسيراً نظرياً عميقاً، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته.
- فجوة في الأدلة الكمية داخل البيئة المحلية
- على الرغم من وجود دراسات عربية، إلا أن الأدلة الكمية في البيئة السعودية تحديداً ما تزال محدودة، حيث ركزت الدراسات السعودية على:
- المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي (الرحيلي وعبيد، 2023)
- أو وصف واقع المسؤولية الاجتماعية دون اختبار أثرها (لقوية، 2023)
- بينما لم تُجر دراسات كمية حديثة تختبر أثر المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك السعودية، رغم اختلاف البيئة التنظيمية والتنافسية عن الدول الأخرى.
- فجوة في المتغيرات المدروسة
- تُظهر مراجعة الأدبيات أن معظم الدراسات:
- ركزت على أبعاد محدودة للمسؤولية الاجتماعية (مثل تجاه المجتمع أو العاملين فقط).
- أو تناولت أبعاداً تقليدية لجودة الخدمة دون دمجها مع التطورات الحديثة في القطاع المصرفي (مثل التحول الرقمي، الخدمات الإلكترونية، تجربة العميل).
- وبذلك لم تُعالج الدراسات السابقة التكامل بين الأبعاد الشاملة للمسؤولية الاجتماعية و الأبعاد المتعددة لجودة الخدمات المصرفية في نموذج واحد.
- فجوة منهجية
- اعتمدت غالبية الدراسات على:
- المنهج الوصفي التحليلي فقط
- عينات صغيرة أو غير ممثلة
- أدوات قياس غير موحدة بين الدراسات
- مما يجعل نتائجها غير قابلة للتعميم أو المقارنة، ويبرز الحاجة إلى دراسة منهجية أكثر صرامة.
- الصياغة النهائية المقترحة لإدراجها في البحث
- وعليه، تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن وجود فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية في البيئة السعودية، إضافة إلى غياب إطار نظري متكامل يفسر هذه العلاقة وفق منظور أصحاب المصلحة والسمعة المؤسسية. كما أن الأدلة الكمية المتاحة ما تزال غير كافية، إذ ركزت معظم الدراسات على الأداء المالي أو على توصيف واقع المسؤولية الاجتماعية دون اختبار أثرها المباشر على جودة الخدمات. كذلك لم تتناول الدراسات السابقة بصورة شاملة الأبعاد المتعددة للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات في نموذج واحد، مما يبرز الحاجة إلى دراسة معمقة تُسهم في سد هذا النقص وتقديم نموذج تفسيري أكثر تكاملاً.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في البنك الأهلي بنجران، وبلغ (200).

عينة الدراسة:

يتكون حجم العينة من (70) من العاملين بالبنك الأهلي بنجران، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتهدف الدراسة إلى استطلاع آراء أفراد العينة حول أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية -دراسة تطبيقية في البنك الأهلي بنجران.

أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف هذه الدراسة، تم إعداد استبانة مكونة من ثلاثة أقسام كما يلي: القسم الأول، البيانات الديموغرافية، وتشمل أربع متغيرات: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة الوظيفية في العمل، مدة التعامل مع البنك)، القسم الثاني، محاور الاستبانة، وتشمل: المحور الأول (المتغير المستقل): أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويشمل ثلاثة أبعاد: (البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي، البعد البيئي)، وكل بعد يحتوي ثمان فقرات، المحور الثاني (المتغير التابع): جودة الخدمات المصرفية عشر فقرات.

إجراءات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، سيتم اتخاذ الخطوات التالية:

مراجعة الأدبيات: سيتم إجراء مراجعة متعمقة للأدبيات الموجودة لتطوير الإطار النظري، مع التركيز على المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية.

تصميم أداة الدراسة: سيتم تطوير أداة الدراسة، وخاصة الاستبيان، بناءً على الأفكار المكتسبة من الدراسات السابقة، مع التركيز على ممارسات المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي.

تقييم الخبراء لأداة الدراسة: ستتم مراجعة الاستبيان المطور من قبل مجموعة من الخبراء في المجال للتأكد من وضوحه وأهميته وشموليته، مع إجراء التعديلات وفقاً لملاحظاتهم.

اختبار أداة البحث التجريبية: سيتم إجراء اختبار أولي للاستبيان على عينة صغيرة من المستهدفين (عملاء وموظفي البنك) لتقييم موثوقيته وصلاحيته.

اختيار عينة الدراسة: سيتم اختيار عينة تمثيلية من العملاء والعاملين من البنك الأهلي التجاري في نجران والتأكد من أنها تعكس بدقة واقع الاختيار.

أداة الدراسة: سيتم توزيع الاستبيان النهائي على العينة المختارة لجمع البيانات حول كيفية تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية.

جمع البيانات وتحليلها: سيتم إدخال البيانات المجمعة إلى برنامج SPSS للتحليل الإحصائي باستخدام الأساليب المناسبة لتقييم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وجودة الخدمة.

استخلاص النتائج وتقديم التوصيات: بناءً على التحليل، سيتم استخلاص النتائج وتقديم التوصيات ذات الصلة فيما يتعلق بتأثير المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي التجاري في نجران.

الأساليب الإحصائية:

- برنامج SPSS: سيتم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لإجراء التحليلات الإحصائية المختلفة.
- معامل ارتباط بيرسون: سيتم استخدامه لتحديد قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات.
- ألفا كرونباخ: سيتم استخدامه لتقييم موثوقية وثبات أداة الدراسة.

عرض نتائج الدراسة:

نتائج الإجابة عن السؤال الرئيس ومناقشته وتفسيره: والذي ينص على: "ما أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران؟"

ويتم اختبار الفرضية التي تنص على "يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران" باستخدام معامل ارتباط بيرسون، والنتائج مبينة في الجدول كما يلي:

جدول (1): نتائج معامل الارتباط بيرسون لأثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران

المحور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية	70	34.7714	5.91282	.528**	.000
جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران	70	41.6143	6.70343		

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

يتضح من الجدول السابق أنه يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (**.593)، وقيمة الدلالة (.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما.

ويمكن أن يُعزى الارتباط الإيجابي بين تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات وجودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران إلى عدة عوامل رئيسية، وهي: عندما تشارك المصارف في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإنها غالباً ما تُظهر التزاماً بالممارسات الأخلاقية والاستدامة والرعاية الاجتماعية، مما يساعد على بناء الثقة والمصداقية لدى العملاء، وهذه الثقة ضرورية لتحسين رضا العملاء وولائهم، مما يؤثر بشكل مباشر على تصورات جودة الخدمة، بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تؤدي مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل المشاركة المجتمعية والاستدامة البيئية ورفاهية العاملين إلى ممارسات تنظيمية داخلية أفضل، مما يعزز قوة عاملة أكثر تحفيزاً وإنتاجية، ومن المرجح أن تقدم القوة العاملة المحفزة خدمة ذات جودة أعلى، مما يخلق تغذية راجعة إيجابية تعزز جودة الخدمة الإجمالية للبنك، وبشير الارتباط القوي أيضاً إلى أن العملاء قد يربطون جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات باحترافية وموثوقية أكبر، مما يعزز بشكل أكبر سمعة البنك وجودة خدماته المدرك، ومن ثم، تسلط النتيجة الضوء على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست مجرد مسؤولية أخلاقية أو معنوية، بل هي أيضاً نهج استراتيجي يساهم بشكل مباشر في نجاح البنك التشغيلي وتميز خدماته.

وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة دليج ومنصور (2023) التي أظهرت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأداء المؤسسي، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا لتطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية في فلسطين، ودراسة البلشي (2022) التي توصلت إلى أن توظيف المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية له أثر على كل من العملاء الداخليين (العاملين) والعملاء الخارجيين (المواطنين)، وكذلك دراسة بو خرص وتخزين (2022) التي خلصت إلى أن مصرف الراجحي يهتم بالمسؤولية الاجتماعية ضمن خطط وبرامج عمله، حيث تتجسد هذه المسؤولية في ثلاثة أبعاد أساسية، وهي: الاستدامة الاقتصادية، الجوانب الاجتماعية، الجوانب البيئية، وجاءت درجة ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية ككل بدرجة (مرتفعة)، كما تتفق مع دراسة زائد وأبو ختالة (2024) التي أظهرت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية (تجاه المجتمع، تجاه العاملين، تجاه العملاء) وجودة الخدمات المصرفية (الاعتمادية- الاستجابة- الامتثال- التوكيد- التعاطف- الملموسية)، ودراسة يانغ (Yang, 2023) التي كشفت عن وجود تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات وتحسين الإبداع الوظيفي للعاملين، ودراسة زحل الزبير (2022) التي توصلت إلى وجود علاقة إيجابية لتأثير ممارسة المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية، ودراسة حسين (2019) التي كشفت عن وجود تأثير للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها (الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية) على قطاع خدمات الكهرباء في محافظة نينوى.

نتائج الإجابة عن السؤال الأول ومناقشته وتفسيره: والذي ينص على: "هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟"

ويتم اختبار الفرضية التي تنص على "يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران" باستخدام معامل ارتباط بيرسون، والنتائج مبينة في الجدول كما يلي:

جدول (2): نتائج معامل الارتباط بيرسون لأثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران

المحور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي)	70	32.8571	5.91310	.802**	.000
جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران	70	41.6143	6.70343		

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

يتضح من الجدول السابق أنه يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون ($.802^{**}$)، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما. إن الأثر الإيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في البعد الاقتصادي على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، يُعزى إلى أن مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الاقتصادية تركز غالبًا على النمو المستدام والاستقرار المالي والمساهمة في الاقتصاد المحلي، ويمكن لهذه الجهود أن تعزز الكفاءة التشغيلية والأداء العام للبنك، مما يؤدي بدوره إلى تحسين جودة الخدمة، ومن خلال الانخراط في ممارسات تُعطى الأولوية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل تقديم منتجات مالية عادلة وضمان الربحية طويلة الأجل والاستثمار في تنمية المجتمع، وبني البنك سمعة طيبة من حيث الموثوقية والاستقرار، وهذا يعزز ثقة العملاء وولاءهم، وهي جميعها عناصر أساسية في تحسين جودة الخدمات المصرفية المُدركة، بالإضافة إلى ذلك، قد تؤدي جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات الاقتصادية للبنك إلى الحصول على أسعار أكثر تنافسية وخدمة عملاء مُحسّنة، مما يُعزز العلاقة الوثيقة بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة البلشي (2022) التي توصلت إلى أن توظيف المسؤولية الاجتماعية ببعدها الاقتصادي له أثر على كل من العملاء الداخليين (العاملين) والعملاء الخارجيين (المواطنين)، ودراسة بو خرص وتخزين (2022) التي خلصت إلى أن مصرف الراجحي يهتم بالمسؤولية الاجتماعية ضمن خطط وبرامج عمله، حيث تتجسد هذه المسؤولية في ثلاثة أبعاد أساسية، وهي: الاستدامة الاقتصادية، الجوانب الاجتماعية، الجوانب البيئية، وجاءت درجة ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية ككل بدرجة (مرتفعة)، ودراسة حسين (2019) كشفت وجود علاقات وتأثير المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية) على قطاع خدمات الكهرباء في محافظة نينوى.

نتائج الإجابة عن السؤال الثاني ومناقشته وتفسيره: والذي ينص على: "هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟"

ويتم اختبار الفرضية التي تنص على "يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران" باستخدام معامل ارتباط بيرسون، والنتائج مبينة في الجدول كما يلي:

جدول (3): نتائج معامل الارتباط بيرسون لأثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران

المحور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي)	70	31.1286	7.67061	.793**	.000
جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران	70	41.6143	6.70343		

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

يتضح من الجدول السابق أنه يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.793^{**})، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما. يُعزى الأثر الإيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) في البعد الاجتماعي على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، كما يتضح من معامل ارتباط بيرسون وقيمة الدلالة (0.000)، إلى أن مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات ترتبط ارتباطاً مباشراً بتحسين رفاهية المجتمعات وتعزيز علاقات العملاء، ومن خلال التركيز على المسؤولية الاجتماعية، مثل دعم المجتمعات المحلية والاستثمار في مشاريع التنمية الاجتماعية وتعزيز رفاهية الموظفين، يُرسخ البنك صورة إيجابية ويعزز علاقته بعملائه، وغالباً ما ينظر العملاء إلى البنوك المسؤولة اجتماعياً على أنها أكثر جدارة بالثقة واهتماماً، مما يعزز رضاهم عن خدمات البنك، علاوة على ذلك، يمكن أن تؤدي جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تحسين تفاعل العملاء، حيث يميل العملاء إلى تقدير الشركات التي تُسهم في الصالح الاجتماعي، ويُبرز الارتباط القوي بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة في البعد الاجتماعي من خلال تحسين تجارب العملاء وزيادة ولائهم وثقتهم، وكلها عوامل تُسهم بشكل مباشر في التصور العام للخدمات المصرفية عالية الجودة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة البلشي (2022) التي توصلت إلى أن توظيف المسؤولية الاجتماعية ببعدها الاجتماعي له أثر على كل من العملاء الداخليين (العاملين) والعملاء الخارجيين (المواطنين)، ودراسة بوخرس وتخريبن (2022) التي خلصت إلى أن مصرف الراجحي يهتم بالمسؤولية الاجتماعية ضمن خطط وبرامج عمله، حيث تتجسد هذه المسؤولية في ثلاثة أبعاد أساسية، وهي: الاستدامة الاقتصادية، الجوانب الاجتماعية، الجوانب البيئية)، وجاءت درجة ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية ككل بدرجة (مرتفعة)، ودراسة حسين (2019) التي كشفت عن وجود تأثير للمسؤولية الاجتماعية ببعدها الاجتماعي على قطاع خدمات الكهرباء في محافظة نينوى.

نتائج الإجابة عن السؤال الثالث ومناقشته وتفسيره: والذي ينص على: "هل يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران؟"

ويتم اختبار الفرضية التي تنص على "يوجد أثر لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي بنجران" باستخدام معامل ارتباط بيرسون، والنتائج مبينة في الجدول كما يلي:

جدول (4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لأثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران

المحور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي)	70	31.6857	7.78617	.787**	.000
جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران	70	41.6143	6.70343		

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2025).

يتضح من الجدول السابق أنه يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.787^{**})، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما. يُعزى الأثر الإيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في البعد البيئي على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، كما يتضح من معامل ارتباط بيرسون وقيمة الدلالة (0.000) إلى الأهمية المتزايدة للاستدامة البيئية في تشكيل التصورات العامة وثقة العملاء، ومن خلال تبني ممارسات صديقة للبيئة، مثل ترشيد استهلاك الطاقة وتشجيع المعاملات الإلكترونية ودعم مبادرات الحفاظ على البيئة، يُثبت البنك التزامه بالتنمية المستدامة، وهذا لا يُعزز سمعته فحسب، بل يتماشى أيضاً مع قيم العملاء المهتمين بالبيئة، ويتزايد تقدير العملاء اليوم للشركات التي تُولي المسؤولية البيئية الأولوية، مما يُعزز رضاهم وولاءهم للبنك، كما يشير الارتباط الوثيق بين المسؤولية البيئية وجودة الخدمة إلى أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات هذه تُعزز صورة إيجابية للبنك، مما يؤدي إلى زيادة ثقة العملاء وتحسين جودة الخدمة المُدركة، وعلاوة على ذلك، فغالباً ما يُنظر إلى البنوك المسؤولة بيئياً على أنها أكثر استشرافاً وابتكاراً، مما يُسهم في تعزيز التصور العام لجودة الخدمات المصرفية التي تقدمها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة البلشي (2022) التي توصلت إلى أن توظيف المسؤولية الاجتماعية ببعدها البيئي له أثر على كل من العملاء الداخليين (العاملين) والعملاء الخارجيين (المواطنين)، ودراسة بوخرس وتخريبن (2022) التي خلصت إلى أن مصرف الراجحي يهتم بالمسؤولية الاجتماعية البيئية

ضمن خطط وبرامج عمله، ولها أثر على تحسين جودة العمل فيه، ودراسة حسين (2019) التي كشفت عن وجود تأثير للمسؤولية الاجتماعية في بعدها البيئي على قطاع خدمات الكهرباء في محافظة نينوى.

النتائج والتوصيات:

النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (**593)، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما.
- يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (**802)، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما.
- يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد الاجتماعي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (**793)، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما.
- يوجد أثر إيجابي لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية (البعد البيئي) على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الأهلي في نجران، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (**787)، وقيمة الدلالة (0.000)، وهذه النتيجة تشير إلى ارتباط وثيق بينهما.

التوصيات:

- بناءً على نتائج البحث السابقة، تُقترح التوصيات التالية للجهات المسؤولة، (مثل إدارة البنك الأهلي في نجران) والمستفيدين (العملاء والمجتمع):
- ينبغي على البنك مواصلة تعزيز جهوده في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ونظرًا لتأثيرها الإيجابي على جودة الخدمة، فإن دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أعمق في عمليات البنك يمكن أن يؤدي إلى تعزيز رضا العملاء وولائهم وتحسين صورة البنك لدى الجمهور.
- ينبغي على البنك مواصلة الاستثمار في النمو المالي المستدام وتقديم منتجات مالية عادلة والمساهمة في التنمية الاقتصادية المحلية، فالمسؤولية الاجتماعية للشركات الاقتصادية لا تُفيد سمعة البنك فحسب، بل تُعزز أيضًا جودة الخدمات، مما يُرَجِّح أن يزيد من تفاعل العملاء ورضاهم.
- ينبغي على البنك زيادة مشاركته في مبادرات التنمية المجتمعية والرعاية الاجتماعية. تُحسِّن هذه الجهود علاقة البنك بالمجتمع وتُعزز صورته، مما يُسهم بشكل مباشر في تقديم خدمات عالية الجودة في نظر العملاء.
- نظرًا للعلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية وجودة الخدمة، ينبغي على البنك تبني المزيد من الممارسات الخضراء، مثل تعزيز الحلول المصرفية الصديقة للبيئة وتقليل البصمة الكربونية ودعم مشاريع الحفاظ على البيئة، وهذا من شأنه أن يُعزز سمعة البنك لدى العملاء المهتمين بالبيئة، ويُحسِّن جودة الخدمات المُقدمة.
- ينبغي على البنك رصد وتقييم تأثير أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على رضا العملاء وجودة الخدمة بشكل مستمر، مما يمكنه من تكييف استراتيجياته وتطويرها لتلبية توقعات العملاء المتغيرة ومعايير القطاع المصرفي.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- بو خرص، أحمد وتخزين، وليد. (2022)، واقع تبني المسؤولية الاجتماعية لدى المصارف الإسلامية: دراسة، *مجلة طبنة للدراسات الأكاديمية والعلمية*، 5(2)، 139-158.
- بن سعيد، خالد. (2022). واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك السعودية، *المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات*، 3(38)، 44-76.
- البليشي، سوزان. (2022). الأطر النظرية لآليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية في قطاع البنوك المصرفية في جمهورية مصر العربية، *مجلة التجارة والتمويل*، 12(4)، 457-498.
- البنك الأهلي بنجران (2024). <https://sa.statex.info/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A-8973786>
- حسين، بشار. (2019). المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز جودة الخدمات دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في مديرية توزيع كهرباء نينوى المركز. *مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية*، 26(120)، 337-352.
- دليح، إياد. ومنصور، مجيد. (2023). أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية في فلسطين. *مجلة العلوم الاقتصادية*، 2(2)، 1-17.

- الرحيلي، غيداء وعبيد، راوية. (2023). تأثير إدارة الأرباح على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في البنوك السعودية: دراسة تطبيقية، *المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية*، 7(28)، 193-236.
- زائد، محمد وأبو ختالة، يوسف. (2024). أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمصارف الإسلامية الليبية على جودة الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة بمدينة مصراتة. *مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية*، 21(1)، 282-307.
- زحل الزبير، محمد. (2022). أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني، *مجلة جامعة أم درمان الإسلامية*، 18(1)، 147-168.
- سوداني، نور الهدى وبن زايد، علاء. (2024). أهمية جودة الخدمة المصرفية في بناء الصورة الذهنية للبنك: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشيخ العربي التبسي، الجزائر.
- الشيبي، أشرف ودياب، ريمام. (2024). المسؤولية المجتمعية في تحقيق التميز المؤسسي بالتطبيق على القطاع المصرفي. *مجلة العهد العالي للدراسات النوعية*، 4(9)، 3803-3878.
- الطاهر، عمر وبن عبد الله، نزار. (2020). أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء: دراسة ميدانية على المصارف التجارية بمحافظة الدرب بالملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للنشر العلمي*، 2(14)، 74-98.
- عبيد، شاهر. (2021). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والالتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 29(4)، 133-157.
- لقويرة، سمير. (2023). واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في البنوك العربية: دراسة حالة مصرف الجزيرة السعودي، *مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية*، 5(3)، 239-263.
- مرطاني، نور الدين. (2021). أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية: (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة قلمة، الجزائر.
- نجم، يوسف. (2020). أهمية المسؤولية الاجتماعية في جذب الزبائن في البنوك الإسلامية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Abd Elsamea, D. M., & Rashed, A. S. (2021). The Impact of Customer's Perception of the Practices of Corporate Social Responsibility on Purchase Intention. *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)*, 28(2), 83-103. [DOI]
- Allahham, M. I. (2015). Impact of capital structure on bank financial performance of Al Ahli Bank in Saudi Arabia. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 60, 10-16. [DOI]
- Bolibok, P. (2021). The impact of social responsibility performance on the value relevance of financial data in the banking sector: evidence from Poland. *Sustainability*, 13(21), 12-60. [DOI]
- Landi, G. C., & Rapone, V. (2018). The Impact of Adopting Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: Evidence From Italian Listed Companies. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 8(4), 307. [DOI]
- Nasr El-Din, H., Hani, & El-Hassan. (2023). The effect of corporate social responsibility on customer trust, customer satisfaction and customer loyalty: Uber service in Egypt. *Arab Journal of Management*, 2(3), 22-80. [DOI]
- Raičević, M., & Mitrović, D. M. (2018). Social Responsibility of Banks in the Function of Comparative Advantage on the Market. *Economic Analysis*, (0013-3213), 51. [DOI]
- Yang, S., Huang, Y., Chan, H. Y., & Yang, C. H. (2023). The Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Customer Value Co-Creation and Perception in the Digital Context: A Case Study of Taiwan Bank Industry. *Sustainability*, 15(11), 8567. [DOI]
- Yang, Shu. (2023). The Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Customer Value Co-Creation and Perception in the Digital Context: A Case Study of Taiwan Bank Industry. *Journal of Development Studies*, 2(3), 1-13.

ثالثًا: ترجمة المراجع العربية

- Al-Balshi, S. (2022). Theoretical frameworks for mechanisms to promote social responsibility in the banking sector in the Arab Republic of Egypt. *Journal of Commerce and Finance*, 12(4), 457-498.
- Al-Rahili, G., & Obaid, R. (2023). The impact of earnings management on commitment to social responsibility and financial performance in Saudi banks: An applied study. *Arab Journal of Literature and Human Studies*, 7(28), 193-236.
- Al-Shaimi, A., & Diab, R. (2024). Social responsibility in achieving institutional excellence: An application to the banking sector. *Journal of the Higher Institute for Specialized Studies*, 4(9), 3803-3878.

- Al-Taher, O., & Bin Abdullah, N. (2020). The impact of banking service quality on customer satisfaction: A field study of commercial banks in Al-Darb Governorate, Kingdom of Saudi Arabia. *Arab Journal of Scientific Publishing*, 2(14), 74–98.
- Bin Saeed, K. (2022). The state of social responsibility disclosure in Saudi banks. *International Journal for Publishing Research and Studies*, 3(38), 44–76.
- Boukharas, A., & Takhrebin, W. (2022). The reality of adopting social responsibility in Islamic banks: An empirical study. *Tobna Journal of Academic and Scientific Studies*, 5(2), 139–158.
- Dalbah, I., & Mansour, M. (2023). The impact of adopting the concept of social responsibility on the quality of banking services in Islamic banks in Palestine. *Journal of Economic Sciences*, 2(2), 1–17.
- Hussein, B. (2019). Social responsibility and its role in enhancing service quality: An analytical study of the opinions of a sample of employees at the Nineveh Central Electricity Distribution Directorate. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 26(120), 337–352.
- Laquaira, S. (2023). The reality of adopting social responsibility in Arab banks: A case study of Bank AlJazira, Saudi Arabia. *Journal of Legal and Economic Studies*, 5(3), 239–263.
- Martani, N. (2021). *The impact of banking service quality on the performance of commercial banks* (Unpublished master's thesis). Faculty of Economic and Commercial Sciences, University of Guelma, Algeria.
- Najm, Y. (2020). *The importance of social responsibility in attracting customers to Islamic banks* (Unpublished master's thesis). Faculty of Business Administration, Syrian Virtual University, Syrian Arab Republic.
- National Commercial Bank – Najran. (2024). *National Commercial Bank – Najran*. <https://sa.statex.info/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A-8973786>
- Obaid, S. (2021). The impact of electronic banking service quality on customer satisfaction and commitment at the Palestine Islamic Bank. *Islamic University Journal of Economic and Administrative Studies*, 29(4), 133–157.
- Sudani, N. A., & Ben Zayed, A. (2024). *The importance of banking service quality in building the bank's corporate image: A case study of the Bank of Agriculture and Rural Development, Tebessa Branch* (Unpublished master's thesis). Faculty of Economic Sciences, Larbi Tebessi University, Algeria.
- Zahal Al-Zubair, M. (2022). The impact of adopting the concept of social responsibility on banking service quality: A field study of Faisal Islamic Bank of Sudan. *Omdurman Islamic University Journal*, 18(1), 147–168.
- Zayed, M., & Abu Khatala, Y. (2024). The impact of implementing social responsibility in Libyan Islamic banks on banking service quality: An applied study of Islamic banks operating in Misrata. *Journal of Economic and Political Sciences*, 21(1), 282–307.