

الأهمية النسبية لأبعاد الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية
للبنوك التجارية - دراسة ميدانية

اعداد / د. عبير احمد عبد الحافظ محمود
مدرس المحاسبة - كلية تجارة بنات
جامعة الأزهر بأسيوط

الأهمية النسبية لأبعاد الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية - دراسة ميدانية

المستخلص:

يهدف البحث إلي التعرف علي الأهمية النسبية لأبعاد الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الاستقرائي والميداني، والأساليب الإحصائية الوصفية وبعض الاختبارات اللا معملية لاختبار فروض البحث، وتوصل الباحث لثبوت صحة الفرض الرئيسي للبحث والفروض الفرعية التالية:

الفرض الرئيسي:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الشمول المالي وتحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

ويتفرع من الفرض الرئيسي ثلاثة فروض فرعية وهي:

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد وصول الخدمات المالية المصرفية للعملاء وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد استخدام الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد جودة الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي - المسؤولية الاجتماعية - أبعاد الشمول المالي - أبعاد المسؤولية الاجتماعية - البنوك التجارية.

The relative importance of the dimensions of financial inclusion in achieving social responsibility for Commercial Banks - Field Study

Summary : The research aims to identify the relative importance of the dimensions of financial inclusion in achieving the social responsibility of commercial banks

To achieve this goal, the researcher used the inductive and field methods, descriptive statistical methods and some non- parametric tests

to test the research assumptions, and the researcher found the validity of the main imposition of the research and the following sub-assumptions

-The main imposition

There is a statistically significant moral relationship between applying the dimensions of financial inclusion and achieving the social responsibility of commercial banks.

-The main imposition is derived from three sub-assumptions

-There is a statistically significant moral relationship between the application after the arrival of financial banking services for customers and the realization of the social responsibility of commercial banks

-There is a statistically significant moral relationship between the application after the use of banking financial services and the realization of the social responsibility of commercial banks

-There is a statistically significant moral relationship between applying the quality of banking financial services and achieving the social responsibility of commercial banks

Keywords: Financial inclusion- social responsibility - dimensions of financial inclusion - dimensions of social responsibility - commercial banks

المقدمة (الإطار المنهجي):

لقد أصبح للبنوك التجارية دوراً هاماً وحيوياً في الوقت الحالي، حيث أصبح دورها لا ينحصر في تقديم الخدمات المالية فقط بل تعدي أبعاد أكبر من ذلك، وهو ممارستها لمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وأصبح من ضمن أنشطتها الرئيسية والهامة هو قيامها بحل المشكلات المتعلقة بالمجتمع المحيط من محاربة أمراض وأممية ومحاربة الفقر والقيام بمبادرات متعددة سواء خاصة بالتعليم أو بالصحة أو بدعم قطاعات حيوية في المجتمع، ومن ضمن تلك الأدوات التي تستخدمها تلك البنوك في دعم مسئوليتها الاجتماعية هو الشمول المالي والذي يساعدها علي وصول جميع خدماتها لجميع فئات المجتمع بجودة عالية وتكلفة عادلة.

طبيعة المشكلة:

أن غياب تطبيق الشمول المالي في البنوك التجارية المصرية كأحد أهم العوامل التي تعزز الاستقرار المالي وتحقق العدالة في تقديم الخدمات لكافة شرائح المجتمع قد يؤثر علي فئات كثيرة من طالبي الخدمات المالية، سواء كانت تلك الفئات لا تستطيع الحصول علي

الخدمات إما لُبُعد المسافة بينها وبين أقرب بنك تجاري أو لعدم مقدرتها علي تحمل تكلفة الخدمات البنكية كفتح حساب لها في تلك البنوك أو لسوء جودة الخدمات البنكية بما يؤثر بالسلب علي الدور الاجتماعي الذي يجب أن تقوم به تلك البنوك تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وأيضاً يفقدها شريحة غير قليلة من العملاء الغير قادرين علي الحصول علي تلك الخدمات، فهي علاقة تبادلية.

لذا تكمن مشكلة البحث في الإجابة علي التساؤل التالي:

ما هي الأهمية النسبية لأبعاد الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية؟

ويتفرع من ذلك السؤال عدة أسئلة وهي:

- ما الأهمية النسبية لوصول الخدمات المالية الخاصة بالبنوك التجارية لكافة شرائح المجتمع في تحقيق المسؤولية الاجتماعية؟
- ما الأهمية النسبية لاستخدام الخدمات المالية الخاصة بالبنوك التجارية من قبل كافة شرائح المجتمع في تحقيق المسؤولية الاجتماعية؟
- ما الأهمية النسبية لجودة الخدمات المصرفية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية؟

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في النقاط التالية:

- 1- بيان أثر الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- 2- جذب انتباه الجهات البحثية والمصرفية نحو أهمية تطبيق الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه عملائها.

أهداف البحث:

- يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في تقييم الأهمية النسبية بين أبعاد الشمول المالي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية، وذلك من خلال:
- تحديد الإطار العام للشمول المالي، وأبعاده الثلاثة.
 - تقييم أثر الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
 - قياس أثر الشمول المالي علي تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية من خلال الدراسة الميدانية.

فروض البحث:

- **الفرض الرئيسي:**

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الشمول المالي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

يتفرع من الفرض الرئيسي ثلاثة فروض فرعية وهي:

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد وصول الخدمات المالية المصرفية للعملاء وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد استخدام الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد جودة الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

منهجية البحث:

اعتمد الباحث في إعداد هذا البحث علي كلاً من المنهج الاستقرائي والاستنباطي:

(أ) **المنهج الاستقرائي:** ومن خلاله يتم استقراء ما جاء في الكتب والدوريات والرسائل العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة وهما الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية مع وضع إطار نظري لتلك الدراسة.

(ب) **المنهج الاستنباطي:** قام الباحث باستخدام هذا المنهج وذلك باستخدام قوائم الاستبيان والتي تم توزيعها علي عينة من عملاء البنوك التجارية وتحليل نتائج هذا الاستبيان لإثبات صحة فروض الدراسة.

حدود الدراسة:

تم تطبيق تلك الدراسة علي عينة من عملاء البنوك التجارية في محافظة أسيوط تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

خطة البحث:

تم تقسيم البحث للآتي:

- مقدمة البحث وإطاره المنهجي.
- المبحث الأول - وهو الإطار النظري والدراسات السابقة.
- المبحث الثاني - الدراسة الميدانية والنتائج والتوصيات.

المبحث الأول:

الإطار النظري:

تم تقسيم الإطار النظري لثلاثة أجزاء وهي الشمول المالي والمسئولية الاجتماعية والدراسات السابقة.

أولاً: الشمول المالي:

يُعد الشمول المالي من أكثر الأدوات الحديثة أهمية علي الساحة الاقتصادية وخاصة في البنوك المصرفية وهذا بعد حدوث الأزمة المالية العالمية، وسوف يتناول الباحث ماهية الشمول المالي من حيث تعريفه وخصائصه وأهدافه وأهميته وأبعاده:

1 - تعريف الشمول المالي:

تعدد كتابات المفكرين الماليين والباحثين العرب والأجانب في وضع تعريف للشمول المالي، فلقد ذكرت دراسة (Peterson, 2020: 3) أن الشمول المالي هو عملية الهدف منها حصول الأفراد وخاصة الفئات الفقيرة علي الخدمات المالية الأساسية، وأنه أداة تساعد علي تحسين مستوى الرعاية الاجتماعية في العديد من المجتمعات والحد من الفقر، كما عرفتة دراسة (Juan et al., 2021: 12) بأنه الحالة الاقتصادية التي في ظلها لا يحرم أي شخص من الحصول علي الخدمات المالية الأساسية وتكون تكلفة تلك الخدمات مقبولة للجمهور والفئات الأكثر ضعفاً في المجتمع، كما ذكرت دراسة (Abdullah et al., 2020:5) بأن الشمول المالي يعني بتوفير الخدمات المالية واستخدامها وتقديمها إلي الفئات الضعيفة في المجتمع، بتكلفة يمكن تحملها، وأيضاً إمكانية الوصول إليها وتوافرها وقبولها لدي المستخدمين، كما عرفه مركز (HRDO) لدعم التغير الرقمي (HRDO, 2018) بأنه عبارة عن مساعدة الأفراد والمؤسسات علي الوصول لأدواتهم ومنتجاتهم المالية بصورة مكافئة لاحتياجاتهم وقدراتهم المالية.

كما عرفه البنك المركزي المصري بأنه إتاحة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع سواء كانت مؤسسات أم أفراد وهذا جانب (العرض) والعمل علي تمكين فئات المجتمع من استخدام تلك الخدمات ويمثل جانب (الطلب) وتكون تلك الخدمات بجودة مناسبة وأسعار مقبولة وذلك من خلال قنوات مالية رسمية (البنك المركزي المصري، 2017). كما ذكرت دراسة (حنين، 2017: 9-10 نقلاً عن Gatnar, 2013) بأن التعريف الأنسب للشمول المالي هو الذي وضعه مركز الشمول المالي في واشنطن وهو أن الشمول المالي هو الحالة

التي يكون فيها جميع الأفراد قادرين علي الوصول إلي مجموعة كاملة من الخدمات المالية ذات الجودة العالية وبأسعار مناسبة، وبأسلوب مريح يحفظ كرامة العملاء، حيث يمكن الوصول للخدمات المالية من خلال مقدمي تلك الخدمات، ومن خلال التعريفات السابقة يستنتج الباحث اتفاق تلك التعريفات علي أن الشمول المالي يعني الحالة التي تمكن الفرد من الوصول للخدمة والقدرة علي استخدامها بتكلفة وجودة ترضي جميع الأفراد بكافة المستويات، ويُعد التعريف الخاص بالبنك المركزي أشمل تعريف من وجهة نظر الباحث، حيث تضمن الأبعاد الأساسية للشمول المالي بالإضافة إلي أنه قسم الفئات لنوعين الأول الأفراد والمؤسسات وتمثل (العرض) والثانية خاصة بمتلقي الخدمة وهم كافة أفراد المجتمع وتمثل (الطلب) ويتم ذلك من خلال قنوات اتصال رسمية.

2 - خصائص الشمول المالي:

من خلال التعريفات السابقة يمكن أن يستنتج الباحث الخصائص التالية للشمول

المالي:

أ - أنه يشمل جميع شرائح المجتمع.

ب- تقدم الخدمات بتكلفة مناسبة لجميع شرائح المجتمع.

ج- أنه يقدم الخدمات بجودة عالية.

د- إتاحة الخدمات المالية في أي وقت وأي مكان علي مستوي الجمهورية.

وذكرت دراسة (Rosmah et al., 2020: 14) في هذا الصدد أن الشمول المالي

يُعد دعم الاستقرار المالي أو النمو الاقتصادي، حيث يمكن المستخدمين من الوصول إلي النظام المالي الرسمي و زيادة مدخراتهم وتنويع ودائعهم المصرفية، وأن الزيادة في المدخرات المحتملة سوف تساعد المؤسسات المالية علي أن تكون مرنة في تقديم الخدمات المطلوبة منها.

3 - أهداف الشمول المالي:

ذكرت العديد من الدراسات مجموعة من أهداف الشمول المالي (صورية وآخرون،

2019 & 2019: 269) (Johnkuada, 2019) والتي تتمثل فيما يلي:

أ - خفض مستويات الفقر أو القضاء عليه نهائياً.

ب- تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة اقتصادياً.

ج- تعزيز النمو الاقتصادي والعمالة.

- د- مساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم علي الاستثمار.
- ه- مساعدة كافة الفئات الاجتماعية في الحصول علي الخدمات والمنتجات البنكية وتعريف الأفراد بأهمية تلك الخدمات وكيفية الحصول عليها، ورفع المستوى الاجتماعي والاقتصادي للدولة.

4 - أهمية الشمول المالي:

- لقد ذكرت احدي الدراسات أن المجتمع بحاجة للشمول المالي حيث له أهمية كبيرة تتمثل في عدة نقاط (SEPA, 145) وهي:
- أ - إتاحة إمكانية الحصول علي الخدمات المالية لتمكين الطبقات الفقيرة والضعفاء في المجتمع من الخروج من براثن الفقر والحد من التفاوت الاجتماعي.
 - ب- أن الشمول المالي لا يقتصر علي مساعدة الأفراد والأسر فقط وإنما يمتد أيضاً للمساعدة في تنمية المجتمع ككل ويعزز من نموه الاقتصادي.
 - ج- يساعد الشمول المالي علي تمكين الأفراد والمجتمعات المالية فيما يلي:
 - إدارة وحفظ أموالهم.
 - اتخاذ القرارات المالية الصحيحة.
 - د- ذكرت دراسة (رشا، 2021: 21) أن المشاركة في النظام المالي يمكن أن يحقق مجموعة متنوعة من الفوائد الشخصية والتي تتضمن:
 - تنمية القدرة علي تنظيم المشاريع وتطور الأعمال التجارية مما يتيح من فرصة الحصول علي آفاق أفضل علي المدى الطويل من خلال التمويل متنامي الصغر.
 - القدرة علي دفع تكلفة التعليم للجيل الجديد.
 - ه- يتحقق الشمول المالي من خلال نظم الإيرادات والمصروفات والادخار المطبقة لتمكين الرجل والمرأة والمجتمع ككل لتحقيق أهدافهم من حيث توفير فرص العمل، مما يحسن الوضع المادي والمعنوي لكافة فئات المجتمع.
- يستنتج الباحث بأن أهمية الشمول المالي تمكن في حدوث استقرار مالي ونمو اقتصادي معاً وتكمن أيضاً أهميته في توفير الخدمات المالية بسعر مناسب للفئات الفقيرة وإمكانية مشاركتهم في الاقتصاد القومي فهي منفعة متبادلة من جانب الدولة ومن جانب أفراد المجتمع.

5 - أبعاد الشمول المالي:

أنتق قادة مجموعة العشرين (G20) مع مجموعة الشراكة العالمية من أجل الشمول المالي في قمة (لوس كابوس) في المكسيك عام 2012 علي مجموعة من مؤشرات القياس الخاصة بالشمول المالي وهذه المؤشرات تقيس الأبعاد الرئيسية للشمول المالي وهي عبارة عن ثلاثة أبعاد (الوصول للخدمات المالية، استخدام الخدمات المالية، جودة الخدمات المالية) وهو ما جاء بدراسة (أسامة وآخرون، 2021: 65).

البُعد الأول: الوصول للخدمات المالية:

ذكرت دراسة (Thakshila, 2021: 45) في هذا الشأن أن الوصول للخدمات المالية لاقى اهتمام متزايد في جميع أنحاء العالم وخاصة في الاقتصاديات الناشئة والنامية، حيث لا تنتشر الأسواق علي نطاق واسع بين السكان عبر القطاعات الاقتصادية مما يكون له آثار سلبية محتملة علي النمو الاقتصادي وأيضاً سوء توزيع الدخل وارتفاع مستوي الفقر، نظراً لتركز أصول النظام المالي في عدد قليل نسبياً من الأفراد أو الشركات أو القطاعات، ويعني الوصول المالي هو الدخول للمؤسسات المالية للحصول علي الخدمات من قبل الأفراد والشركات مما يتيح الاستفادة من الفرص التجارية والقدرة علي الاستثمار والادخار والتأمين ضد المخاطر، كما ذكرت دراسة (Reraa et al., 2015) بأن الوصول المالي تعني توافر الخدمات والمنتجات المالية الرسمية، والقدرة علي استخدامها لتلبية الاحتياجات المالية اليومية للفرد.

وذكرت دراسة (صورية، 2018: 109) أن المؤشرات الخاصة ببُعد الوصول للخدمات

المالية هي:

أ - عدد نقاط الوصول لكل 10000 من البالغين علي المستوي الوطني مقسمة حسب نوع الوحدة الإدارية.

ب- عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كم.

ج- حسابات النقود الالكترونية.

د- مدي الترابط بين نقاط تقديم الخدمة.

هـ- النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة علي الأقل.

البُعد الثاني: استخدام الخدمات المالية:

ذكرت دراسة (Noelia et al., 2014: 8) أن استخدام الخدمات المالية تعني مدي معرفة استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة من المؤسسات المالية وذلك في خلال فترة زمنية معينة ومدى انتظامهم في ذلك، وذكرت دراسة (حنين، 2017: 13) أن مؤشرات مقياس بُعد استخدام الخدمات المالية تشمل فيما يلي:

- أ- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد علي الأقل كحساب وديعة منتظمة.
- ب- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد علي الأقل كحساب ائتمان منتظم.
- ج- عدد حملة سياسة التأمين لكل 1000 من البالغين.
- د- عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد.
- هـ- عدد معاملات الدفع عبر الهاتف.
- و- نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب بنكي بشكل دائم.
- ز- نسبة المحتفظين بحساب بنكي من عام مضي.
- ح- نسبة متلقي التحويلات المالية المحلية.
- ط- نسبة الشركات المتوسطة والصغيرة التي لديها حسابات رسمية.
- ي- نسبة الشركات المتوسطة والصغيرة التي تمتلك ودائع.
- ك- نسبة الشركات المتوسطة والصغيرة الحاصلة علي قروض قائمة بالفعل.

البُعد الثالث: جودة الخدمات المالية:

ذكرت دراسة (حدة، 2018: 10-11) أن جودة الخدمات المالية لا يكون قياسه بالأمر السهل بل يتطلب دراسات متخصصة ومقارنة واتخاذ إجراءات تستند لأدلة قاطعة، حيث أن هذا البُعد يُعد غير واضح أو مباشر وهناك عوامل كثيرة تؤثر علي جودة الخدمات المالية ونوعيتها حيث توجد عدة مؤشرات تقيس جودة الخدمات المالية وهي القدرة علي تحمل عبء التكلفة والشفافية، والراحة، حماية المستهلك، السلوك المالي ومدى أو نوع المشاكل المرتبطة بالائتمان.

ويري الباحث من خلال ما سبق أن قيام البنوك بالتعرف علي احتياجات عملائها من الخدمات المالية وتقديم منتجاتها بشكل يتسم بالشفافية وبتكلفة مناسبة تتناسب مع احتياجات كافة فئات المجتمع يساعد البنوك علي تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه الأفراد والمجتمع المحيط بها.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية:

لقد أصبحت المؤسسات المالية مؤسسات لها أهداف تخطت تحقيق المكاسب المادية والأرباح إلي المشاركة في بناء وحل مشاكل المجتمع المحيط بها والتفاعل مع الأزمات التي تواجه المجتمع، حيث أصبحت تلك المؤسسات تتبني دوراً إيجابياً تجاه المجتمع والقوي العاملة، ولكي يحدث توازن بين مصلحة تلك المؤسسات وبين مصلحة المجتمع الذي أنشأت فيه، كان لابد من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من جانبها تجاه المجتمع، وجعلها أحد أهدافها الرئيسية، وذلك لتحقيق النمو وضمان بقاؤها واستمرارها. لذا سوف يتعرض الباحث في هذا الجزء من البحث لعدة نقاط وهي تعريف المسؤولية الاجتماعية وأبعادها وأهم مزاياها ومبادئها والربط بين أبعادها وابعاد الشمول المالي .

1 - تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لقد ذكرت احدي الدراسات (Jaron, 2022: 2) أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي عبارة عن نوع من التنظيم الذاتي خاصة بالأعمال التجارية والتي تساعد تلك المؤسسات علي تحمل المسؤولية عن نفسها وعن أصحاب المصالح وكافة أفراد المجتمع وتعرف بالمواطنة المؤسسية، حيث تشمل مسؤولية المؤسسات الجانب الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، كما عرفتھا دراسة (Tim, 2021: 4) بأنها نوع من أنواع التنظيم الذاتي والتنمية المستدامة والذي يسمح للمؤسسات أن تكون مسئولة اجتماعياً عن البيئة المحيطة بها وفقاً لأهداف تضعها تلك المؤسسات والتي تعتمد علي إجراءات واستراتيجيات محددة لتطبيقها.

كما ذكرت دراسة (Abagail, 2020: 6) بأنها تضحية بالأرباح من أجل الصالح العام والحد من الأعباء الخارجية وتجنب الصراعات وأيضاً عرفتھا دراسة (Hortensla et al., 2014: 225) بأنها علاقة بين المؤسسات وأصحاب المصالح سواء العملاء أو الموظفين والمجتمعات المحلية سواء مالك أو مستثمر أو حكومة أو موردين أو منافسين وهذه العلاقة تحقق التوازن بين الاقتصاد والبيئة والمجتمع وتلبي احتياجات تلك الجهات.

كما عرفها البنك الدولي (لخضر وآخرون، 2021: 12) بأنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل علي توظيفهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل، لتحسين مستوى معيشة الأفراد بشكل يخدم كلاً من التجارة والتنمية في نفس الوقت.

ومن خلال التعريفات السابقة يستنتج الباحث تعريف شامل و هو المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المالية تجاه المجتمع ككل سواء أصحاب مصالح أو حملة أسهم أو مستهلكين أو عملاء أو موردين بما يحقق العدالة الاجتماعية والتنمية.

2 - مزايا التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية:

- لقد ذكر احدي الدراسات في هذا الشأن (محسن، 2021: 4) بأن أهم المزايا التي تعود علي المؤسسات عند التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ما يلي:
- من السهل حصول تلك المؤسسات علي الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر علي القرار الائتماني للبنوك مثل مؤشر الاستدامة.
 - يساهم التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية علي تحسين سمعتها وبالتالي زيادة قيمتها المادية.
 - تساعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات علي استقطاب وجذب العناصر البشرية المتميزة.
 - بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات والنزاعات القانونية التي قد تتعرض لها تلك المؤسسات أثناء ممارستها نظامها الاقتصادي.
- ويري الباحث أن تعدد المزايا أيضاً سوف ينطبق علي البنوك التجارية عند التزامها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحيط بها.

3 - أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وعناصرها الرئيسية:

لقد اتفقت العديد من الدراسات (Anama, 2020: 4 & Smitha, 2011: 3) علي مجموعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية وهي كالآتي:

جدول رقم (1): أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

البُعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
1- الاقتصادي	- المنافسة العادلة	- محاربة الاحتكار وحماية المستهلك. - وضع قواعد للمنافسة واحترامها وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين.
	- التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التطورات التكنولوجية. - استخدام التكنولوجيا في علاج الأضرار التي تلحق بالبيئة والمجتمع.
2- القانوني	- قوانين حماية المستهلك	- حماية المستهلكين من المواد الضارة. - المحافظة على صحة وسلامة الأطفال.
	- حماية البيئة	- منع التلوث بكافة أنواعه. - صيانة الموارد وتنميتها. - التخلص من المنتجات بعد الاستهلاك.
	- السلامة والعدالة	- تقليل إصابات العمل. - تحسين ظروف العمل ومنع المسنين وصغار السن من العمل. - منع التمييز علي أساس الجنس والدين. - توظيف المعوقين.
3- الاجتماعي والأخلاقي	- المعايير الأخلاقية والقيم	- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص. - مراعاة حقوق الإنسان. - تحسين نوعية المنتجات والخدمات المقدمة. - توفير الحاجات الأساسية للمجتمع.
4- الخيري	- العمل الخيري والتطوعي	- الاهتمام بأنشطة المؤسسات الخاصة. - تحسين حياة الموظفين والمجتمع. - تقديم أنشطة خيرية للمجتمع ومساعدة العناصر الفقيرة في الحصول علي الخدمات. - جمع التبرعات ومساعدة المحتاجين.

من خلال الجدول السابق يتضح للباحث اشتماله علي كافة النواحي الهامة سواء الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية والقانونية والخيرية، فإذا أخذت البنوك التجارية تلك الأبعاد بعين الاعتبار سوف يقضي ذلك علي أزمت كثيرة تحدث في مجتمعنا الحالي من فقر وبطالة وتفاوت في مستوى الدخل والاحتكار وخلافه.

4 - مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

من أهم مبادئ المسؤولية الاجتماعية كما ذكرها العديد من الكتاب سوف يستعرض الباحث أهمها، حيث ذكر المعيار الخاص بالمواصفات الاسترشادية للمسؤولية الاجتماعية (ISO 26000, 2010) ، (باسل، 2018: 28-29) بأن تلك المبادئ هي:

أ - احترام الاتفاقيات الدولية والثنائية: وتعني أنه لا بد من أن تحرص منظمات الأعمال باحترام كافة الاتفاقيات الدولية وأيضاً الاتفاقيات الثنائية وكل ما يتعلق بتلك الاتفاقيات وتجنب أي أنشطة يمكن أن تتعارض مع هذه الاتفاقيات.

ب- المساواة: وتعني أنه لا بد أن تخضع المؤسسات أو منظمات الأعمال للمساواة من قبل السلطات الثنائية وذلك بأن يكونوا مسئولين أمام كافة الجهات المختصة عن أي سياسات وإجراءات اتخذتها المنظمة والتي لها تأثير سلبي علي التنمية الاجتماعية أو التنمية المستدامة.

ج- مبدأ الشفافية: لقد ذكر في المعيار الخاص بالمواصفات الاسترشادية (ISO 26000, 2010) بأنه ينبغي أن تتصف المؤسسات بالشفافية في القرارات والأنشطة المختلفة بالمجتمع والبيئة وأن تقوم بالإفصاح بشكل واضح ودقيق عن سياساتها وقراراتها والنشطة المسؤولة عنها وأن تكون تلك المعلومات متاحة لدي الأشخاص ذوي العلاقة، وأن يتم تقديم تلك المعلومات في الوقت المناسب وذلك لكي يتمكن الأشخاص أصحاب المصالح من تقييم أثر تلك القرارات والأنشطة الخاصة بالمؤسسات علي مصالحهم.

د- مبدأ السلوك الأخلاقي: ذكر أيضاً (ISO26000,2010) بأنه لا بد أن تتصرف المؤسسة أو المنشأة بطريقة أخلاقية وأن تبني جميع تعاملاتها علي الأمانة والعدل والتكامل وأن يتم تعزيز السلوك الأخلاقي عن طريق:

- وضع وتحديد قيم خاصة بالمنشأة ومبادئها.

- التشجيع علي الالتزام بمعايير السلوك الأخلاقي.

- إنشاء آليات رقابية للرقابة علي ذلك.

- إنشاء آليات خاصة بإعداد التقارير المتعلقة بالمخالفات الأخلاقية دون الخوف من الردع أو العقاب أو الانتقام.

ه- مبدأ سيادة القانون: لقد ذكر (ISO 26000, 2010) أنه ينبغي علي المؤسسات الالتزام بجميع القوانين واللوائح الجارية المحلية أو الدولية، المكتوبة أو المعلنة والتي تم تنفيذها وفقاً لإجراءات محددة، ولا بد أن توافق المؤسسة علي احترام القوانين بشكل إلزامي علي أن تكون علي دراية بالقوانين والقواعد المطبقة.

و- احترام المعايير الدولية للسلوك: ذكر معيار (ISO 26000, 2010) أنه لا بد أن تحترم المؤسسات المعايير الدولية الخاصة بالسلوك الإنشائي وأن تسعى جاهدة في احترام القانون في المواقف التي لا توفر الحد الأدنى من حماية المجتمع والبيئة، وفي حالة وجود تعارض بين القانون الداخلي لبلد معين وبين المعايير الدولية للسلوك الإنشائي فلا بد أن تعمل المؤسسة جاهدة لاحترام المعايير لأقصى حد ممكن.

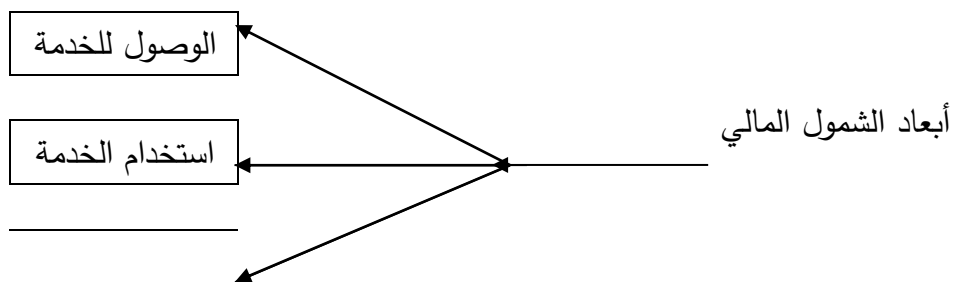
ز- احترام حقوق الإنسان: وتعني طبقاً لمعيار (ISO 26000, 2010) بأنه ينبغي للمؤسسات أن تحترم حقوق الإنسان وذلك وفقاً لما يلي:

- احترام ما جاء في الميثاق العالمي لحقوق الإنسان.
- أن تقوم المؤسسات بتنفيذ السياسات والممارسات التي من شأنها احترام حقوق الإنسان في الميثاق العالمي.

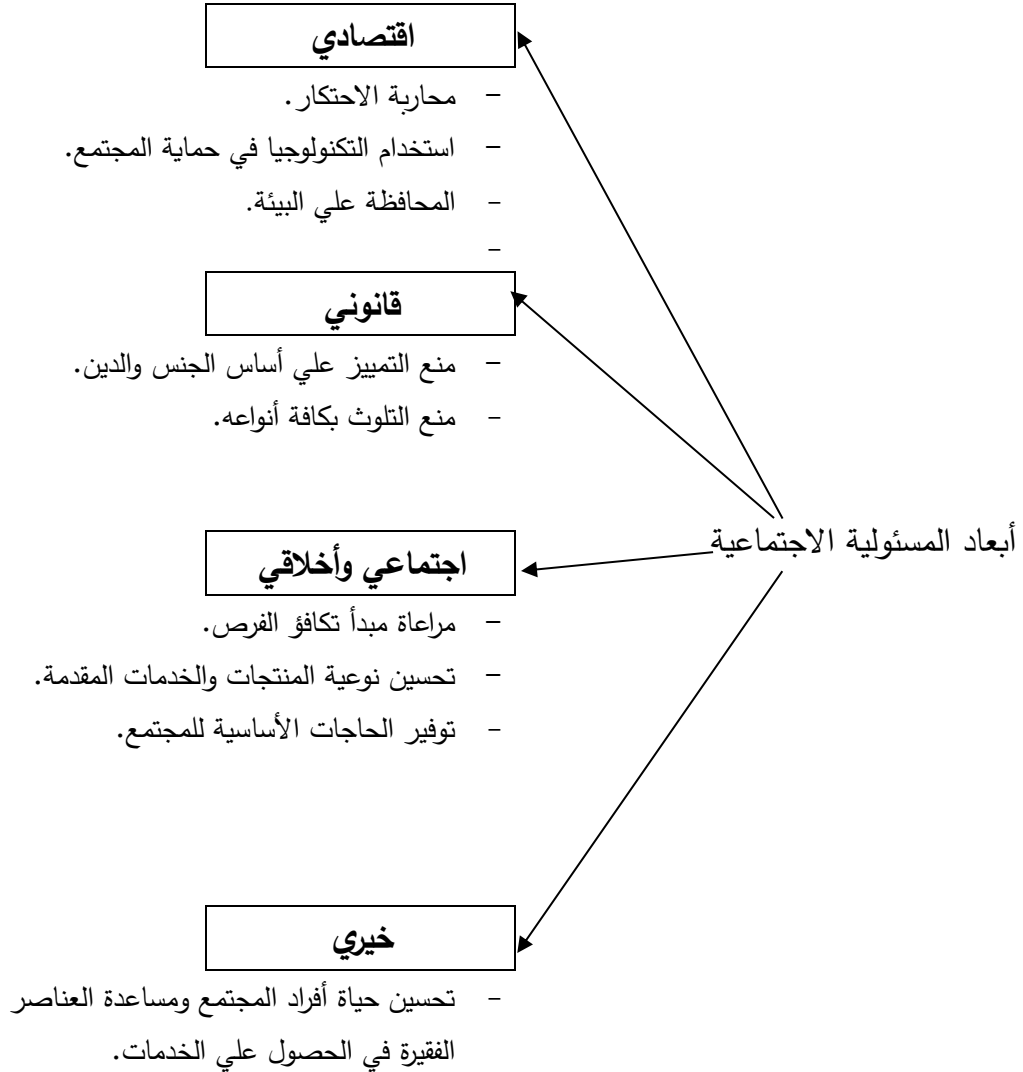
ومن خلال ما سبق قام الباحث بعمل ربط بين أبعاد الشمول المالي وأبعاد المسؤولية الاجتماعية وهذا من خلال إطلاع علي الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت كلا الموضوعين

- الربط بين أبعاد الشمول المالي وأبعاد المسؤولية الاجتماعي.

يري الباحث أن هناك أوجه ترابط كبيرة بين أبعاد المتغيرين الخاصين بالبحث وهو الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية حيث قام بإعداد مقارنة أو ربط بينهما من خلال قراءته لموضوع البحث وهذا من وجهة نظر الباحث.



شكل رقم (1) أبعاد الشمول المالي



شكل رقم (2) أبعاد المسؤولية الاجتماعية

من خلال الشكل رقم (1)، رقم (2) يري الباحث أنه يمكن الربط بين كلا من أبعاد الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية كآتي:

1- أن بُعد وصول الخدمات الخاص بالشمول المالي لكافة أفراد المجتمع يعني تحقيق العدالة ومنع احتكار الخدمة علي فئة معينة من المجتمع وهو ما يتوافق مع البُعد الاقتصادي والقانوني للمسئولية الاجتماعية واللذان اهتمتا بتحقيق العدالة بين فئات المجتمع ومنع الاحتكار وحماية المستهلك.

2- استخدام الخدمات الخاص بالبُعد الثاني للشمول المالي يرتبط بكلاً من البُعد الاقتصادي والاجتماعي والأخلاقي للمسئولية الاجتماعية حيث أن استخدام الخدمات يتضمن استفادة كافة فئات المجتمع من التكنولوجيا المقدمة من المؤسسات وأيضاً إتاحة استخدام تلك التكنولوجيا لكافة فئات المجتمع دون التمييز بين جنس معين أو مستوي مادي معين، وأيضاً توفير الخدمات الأساسية والضرورية لكافة الشرائح.

3- جودة الخدمات وهو البُعد الثالث للشمول المالي يتوافق مع متطلبات البُعد الاجتماعي والأخلاقي الذي ينادي بضرورة تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للمجتمع ككل بما يضمن رضا كافة الفئات، وأيضاً يتفق مع متطلبات البُعد الاقتصادي من ناحية الاستفادة من التكنولوجيا الحالية في تحسين جودة الخدمات وتقليل الأضرار البيئية وذلك من خلال تقديم تلك الخدمات بصورة الكترونية وليست ورقية.

4- أن أبعاد الشمول المالي الثلاثة تتفق مع البُعد الخيري للمسئولية الاجتماعية حيث أنه ينادي بتحسين مستوي المعيشة والأفراد وخاصة الفئات الفقيرة أو تحسين حياة الموظفين بتلك المؤسسات والاهتمام بوصول الخدمات إليهم بأقل تكلفة ممكنة ومساعدتهم في المشاركة في النظام المالي.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

تناولت دراسة (أسامة وآخرون، 2021) الشمول المالي ودوره في تعزيز المسئولية الاجتماعية في البنوك وتوصلت لعدة نتائج أهمها أن الشمول المالي له دور أساسي في نمو الدول اقتصادياً والحفاظ علي استقرارها المالي، بينما تناولت دراسة (سلوي، 2020) العوامل المؤثرة علي الإفصاح عن مؤشرات الشمول المالي وأثرها علي تحسين أداء البنوك المصرية، وتوصلت تلك الدراسة لوجود علاقة إيجابية بين آليات الحوكمة والإفصاح عن الشمول المالي وأنه توجد علاقة إيجابية بين الإفصاح عن الشمول المالي وتحسين أداء البنوك، كما تناولت دراسة (حنين، 2017) دور الشمول المالي لدي المصارف الوطنية في تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه العملاء في البنوك الإسلامية بقطاع غزة وتوصلت تلك الدراسة

إلي وجود علاقة طردية بين أبعاد الشمول المالي الثلاثة مجتمعة وتحقيق المسؤولية الاجتماعية لعملاء البنوك الإسلامية في قطاع غزة، كما تناولت دراسة (آية، 2021) أثر تطبيق الشمول المالي علي الأداء المالي بالبنوك وتوصلت إلي وجود علاقة إيجابية معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الشمول المالي والأداء المالي بالبنوك، كما تناولت دراسة (عبد الرازق وآخرون، 2020) مؤشرات الشمول المالي وأثرها علي الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي أو توصلت تلك الدراسة إلي أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية وعلاقة طردية وبدرجات مختلفة بين مؤشرات الشمول المالي والعائد علي البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي، وتناولت دراسة (العجب، 2021) أثر التوسع في تطبيق الشمول المالي في جذب ودائع العملاء، وكان من أهم نتائج تلك الدراسة أن هناك زيادة في ودائع العملاء علي مستوي المصارف، وترابط تسهيل فتح الحسابات للعملاء مع الهوائف المحمولة، والتسهيلات الائتمانية الناتجة عن التوسع في الشمول المالي أثر بشكل إيجابي علي مدخرات العملاء، كما تناولت دراسة (Kuldeep et al., 2021) دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشمول المالي وتقييم الأثر علي الدخل، وتوصلت لنتيجة هامة وهي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها أثر إيجابي كبير علي الشمول المالي مما يساعد ضياع القرار في تصميم سياسات فعالة لتحفيز الصناعة المصرفية، كما تناولت دراسة (Duc, 2020) أثر تطبيق كلاً من الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية في زيادة ولاء العملاء في البنوك المصرفية، وتوصلت تلك الدراسة لعدة نتائج هامة وهي أن البُعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية له دور كبير في الصناعة المصرفية حيث يجعل العملاء أكثر ولاءً، ويليه تطبيق إستراتيجية التركيز علي العملاء في الأهمية كالشمول المالي مما يُعد البنك للمنافسة في المستقبل القريب، كما تناولت دراسة (Muhammed et al., 2021) تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات مع الأداء المالي والشمول المالي والاستقرار المالي في القطاع المصرفي، وتوصلت تلك الدراسة إلي أن ارتفاع مستوي الرفع المالي سوف يقلل من الشمول المالي والاستقرار المالي.

التعليق علي الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة يستنتج الباحث اتفاق دراسة كلاً من (أسامة، حنين) في كونهما تناولتا أثر تطبيق الشمول المالي علي المسؤولية الاجتماعية وتوصلاً لوجود علاقة إيجابية بين كلا المتغيرين، بينما تناولت دراسة كلاً من (Kuldeep &

(Muhammed) نفس الموضوع ولكن بطريقة عكسية حيث اعتبرت المسؤولية الاجتماعية هي المتغير المستقل والشمول المالي هو المتغير التابع واتفقت كلا منهما في النتائج مع دراسة كلاً من (أسامة وحنين) السابقتين وهو أنه توجد علاقة إيجابية بين الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية و اتفقت أيضاً دراسة كلاً من (سلوي، عبد الرازق، آية) في تناولهم أثر الشمول المالي علي الأداء المالي للبنوك واتفقوا في نفس النتائج وهو أن الشمول المالي يرفع ويحسن الأداء المالي للبنوك ومن خلال ما سبق يستنتج الباحث الفجوة البحثية والتي تكمن في بيان الأهمية النسبية لكل بُعد من أبعاد الشمول المالي من حيث تأثيره علي تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في أحد محافظات الصعيد وأيضاً في كونها أوجدت ترابط بين أبعاد كل من المسؤولية الاجتماعية والشمول المالي.

المبحث الثاني الدراسة الميدانية

يهدف هذا المبحث إلى تدعيم الدراسة النظرية واختبار فرض البحث الرئيسي عن طريق اختبار الفروض الفرعية الأول والثاني والثالث وذلك من خلال القيام بدراسة ميدانية علي عملاء البنوك التجارية في محافظة اسيوط عن طريق العينة العشوائية وسوف يقوم الباحث هنا بوضع الإطار العام للدراسة الميدانية التي سوف يتناولها على النحو التالي:

- أهداف الدراسة الميدانية.
- أسباب اختيار القطاع محل الدراسة.
- تحديد مجتمع الدراسة.
- تحديد عينة الدراسة.
- كيفية تصميم وإعداد قائمة الاستقصاء.
- أسلوب جمع البيانات.
- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية.
- مناقشة وتحليل نتائج الدراسة.
- أولاً- أهداف الدراسة الميدانية:

تهدف الدراسة الميدانية إلى تدعيم نتائج الدراسة النظرية التي توصل إليها الباحث وذلك من خلال معرفة الأهمية النسبية لأبعاد الشمول المالي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.

ثانياً- أسباب اختيار القطاع محل الدراسة:

1- أهمية البنوك التجارية ودورها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية والعدالة الاجتماعية بين كافة عملائها

2- دور البنوك التجارية في تحقيق التنمية .

3- تطبق البنوك التجارية ادوات مالية متعلقة بتحقيق المسؤولية الاجتماعية واهمها الشمول المالي .

ثالثاً - تحديد مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على عملاء البنوك التجارية بمحافظة أسيوط، وقد قام الباحث باختيار نسبة من مجتمع الدراسة باستخدام أسلوب المعاينة الطبقية العشوائية البسيطة.

رابعاً- تحديد عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة وفقاً لمعايير إحصائية سوف يستعرضها الباحث فيما يلي:

1- تم اختيار عينة البحث من حيث الحجم بما يتلاءم مع إمكانية الباحث الزمنية والمكانية وقت الدراسة.

2- تم اختيار عملاء البنوك التجارية بمحافظة أسيوط .

خامساً- كيفية تصميم وإعداد قائمة الإستقصاء:

لقد تم تصميم استمارة وفق مجموعة من الشروط:

1- إن تصميم استمارة الاستقصاء اشتمل على مجموعة من المعلومات المتعلقة بأبعاد الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية.

2- تم توجيه استمارة الاستقصاء لعملاء البنوك التجارية بمحافظة أسيوط.

3- حتي يتمكن الباحث من إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة لإختبار صحة الفروض

الفرعية الأولى والثاني والثالث فقد روعي سهولة قائمة الاستقصاء ثم وضع خمس

مستويات للإجابة في صورة نقاط وفقاً لمقياس ليكرات الخماسي وهي (أؤيد بشدة، أؤيد،

غير متأكد، لا أؤيد، لا أؤيد بشدة) وتأخذ الأوزان الترجيحية من (1:5) على الترتيب ، وقد بلغ حجم العينة عدد (145) استمارة تم توزيعها يدويا وتمت الاستجابة على (120) منها .

سادسا- أسلوب جمع البيانات:

حتى يتمكن الباحث من اختبار فروض البحث فقد تطلب ذلك تجميع البيانات اللازمة لإجراء اختبارات الفروض وذلك وفقا لاستمارات الاستقصاء .
- توزيع استمارة الاستقصاء: بعد إعداد وتصميم استمارة استقصاء وتوزيعها على عملاء البنوك التجارية بمحافظة اسيوط
ولقد احتوت هذه القوائم على عبارة أو متغير تم تقسيمها اربع مجموعات من الأسئلة شبة متساوية وذلك على النحو التالي:

المجموعة الأولى: وتتضمن المتغيرات من (x1-x14) والتي تعكس البعد الاول من ابعاد المتغير المستقل وهو بعد الوصول للخدمات المالية .
المجموعة الثانية: وتتضمن المتغيرات من (x15-x21) والتي تعكس البعد الثاني من ابعاد المتغير المستقل وهو استخدام الخدمات المالية.
المجموعة الثالثة: وتتضمن المتغيرات من (x22-x33) والتي تعكس البعد الثالث من ابعاد المتغير المستقل وهو جودة الخدمات المالية .
المجموعة الرابعة: وتتضمن المتغيرات من (x34-x46) والتي تعكس البعد الخاص بالمتغير التابع وهو المسؤولية الاجتماعية .

سابعا- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

لقد قام الباحث بتحليل بيانات الدراسة باستخدام مجموعة من أساليب التحليل الإحصائي الملائمة لطبيعة بيانات الدراسة والتي تلائم الفروض التي بنيت عليها .
حيث أعتمدت الدراسة على الأساليب الإحصائية التالية:
الأساليب الإحصائية الوصفية وبعض الاختبارات اللامعملية لاختبار فروض البحث
حيث تمثلت تلك الأساليب في الآتي:

1- المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري والتي تعد من أساليب الإحصاء الوصفية والتي تساعد في عرض البيانات أكثر وضوحاً وأسهل فهماً والذي يساعد في توصيف متغيرات الدراسة.

2- مقاييس التشتت والتي تقيس مقدار تشتت القيم عن وسطها الحسابي.

3- معامل الصدق والثبات لمحتوى قوائم الاستقصاء .

4- معامل الارتباط .

5- معامل التحديد .

6- أسلوب تحليل التباين المتعدد ANOVA وذلك لقياس مدى وجود تباين أو اختلاف في متغيرات البحث وهو الأسلوب الذي يعد أكثر ملائمة لطبيعة البيانات وطبيعة متغيرات الدراسة.

توصيف عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية والوظيفية:

يمكن عرض خصائص عينة الدراسة وفق بعض البيانات الشخصية والوظيفية وذلك كما يلي:
1. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي .

جدول (2) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى التعليمي
36.6%	44	أقل من جامعي
52.5%	63	بكالوريوس
6.6%	8	ماجستير
4.3%	5	دكتوراه
100%	120	المجموع

المصدر: اختبارات الاحصاء الوصفية

2- توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية:

جدول (3) توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية

النسبة المئوية %	العدد	الدرجة الوظيفية
22.5%	27	موظف حكومي
37.5%	45	خاص

30%	36	اعمال حرة
10%	12	بدون عمل
100,00%	120	المجموع

المصدر: اختبارات الاحصاء الوصفية

3- توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة:

جدول (4) توزيع عينة الدراسة حسب مستوي الدخل

النسبة المئوية %	العدد	سنوات الخبرة
20.8%	25	أقل من 2000
40%	48	من 2000 إلى أقل من 4000
29.2%	35	من 4000 إلى أقل من 6000
10%	12	6000 فأكثر
100,00%	120	المجموع

المصدر: اختبارات الاحصاء الوصفية

4- توزيع عينة الدراسة وفقا للبنك الذي يتم التعامل معه :

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا للبنك الذي يتم التعامل معه

النسبة المئوية %	العدد	اسم البنك
15%	18	القاهرة
18.3%	22	الاسكندرية
11.6%	14	مصر
13.3%	16	الاتحاد الوطني
10%	12	القطري
8.4%	10	C I B
23.4%	28	الاهلي
100,00%	120	المجموع

المصدر: اختبارات الاحصاء الوصفية

توصيف عينة الدراسة وفق وصول العملاء للخدمات المالية:

يمكن عرض خصائص عينة الدراسة وفق بعض البيانات المتعلقة بوصول العملاء للخدمات المالية وذلك كما يلي:

1- بنك في مكان سكنك

جدول رقم (6) يوجد بنك في مكان سكنك

النسبة المئوية %	العدد	البيان
70.8%	85	نعم
29.2%	35	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 70.8% من افراد العينة يوجد بنك في مكان سكنهم و29.2% لا يوجد .

2- يوجد فروع قريبة للبنك الذي تتعامل معه.

جدول رقم (7) يوجد فروع قريبة للبنك الذي تتعامل معه

النسبة المئوية %	العدد	البيان
65%	78	نعم
35%	42	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 65% من افراد العينة يوجد فروع قريبة للبنك الذي يتعاملون معه و 35% لا يوجد

3- ماكينة صرف الي قريبة من مكان اقامتك خاصة بالبنك الذي تتعامل معه:

جدول رقم (8) توجد ماكينة صرف آلي قريبة من مكان اقامتك خاصة بالبنك الذي تتعامل معه

النسبة المئوية %	العدد	البيان
------------------	-------	--------

87.5%	105	نعم
12.5%	15	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss
يتضح من الجدول السابق ان 87.5% من افراد العينة يوجد بالقرب من مكان اقامتهم ماكينة
صرف آلي و 12.5% لا يوجد ذلك .

4- يوجد مسافة تبعد لاكثر من متر مربع لاقرب ماكينة صرف خاصة بالبنك الذي
تتعامل معه.

جدول رقم (9)

يوجد مسافة تبعد لاكثر من متر مربع لاقرب ماكينة صرف خاصة بالبنك الذي تتعامل معه

النسبة المئوية %	العدد	البيان
93.3%	112	نعم
6.7%	8	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss
يتضح من الجدول السابق ان 93.3% من افراد العينة يوجد بينهم وبين اقرب ماكينة صرف
مسافة تبعد لاكثر من متر مربع و 6.7% لا توجد

5- يوجد لديك حساب اليكتروني تعامل من خلاله مع البنك الخاص بك

جدول رقم (10) يوجد لديك حساب الكتروني تعامل من خلاله مع البنك الخاص بك

النسبة المئوية %	العدد	البيان
90.3%	109	نعم
9.7%	11	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss
يتضح من الجدول السابق ان 90.3% من افراد العينة يوجد لديهم حساب اليكتروني و 9.7% لا يوجد.

6- يوجد رسائل اليكترونية بينك وبين البنك محل التعامل.

جدول رقم (11) يوجد رسائل اليكترونية بينك وبين البنك محل التعامل

النسبة المئوية %	العدد	البيان
84.1%	101	نعم
15.9%	19	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss
يتضح من الجدول السابق ان 84.1% من افراد العينة يوجد رسائل اليكترونية بينهم وبين البنك محل التعامل. ومن خلال اجابات المبحوثين علي الاسئلة المرتبطة بمدي وصول الخدمات المالية للعملاء من ناحية مكان البنك محل التعامل واقرب ماكينة صرف والمسافة بين اقرب بنك و اماكن السكن الخاص بهم و ما اذا كان لديهم حسابات بنكية ام لا ومدي استخدامهم لتلك الحسابات شهريا يتضح للباحث اهتمام البنوك التجارية في محافظة اسيوط بوصول الخدمات المالية لغالبية العملاء وتوفير طرق التواصل بين البنوك وبين العملاء سواء عن طريق الرسائل الالكترونية او عن طريق ماكينات الصراف الالي او عن طريق توافر فروع متعددة لدي البنوك التجارية في محافظة اسيوط مما يحقق العدالة في وصول تلك الخدمات لعملاء تلك البنوك.

توصيف عينة الدراسة وفق استخدام العملاء للخدمات المالية:

يمكن عرض خصائص عينة الدراسة وفق بعض البيانات المتعلقة باستخدام العملاء للخدمات المالية وذلك كما يلي:

1. لديك حساب بنكي

جدول رقم (12) يوجد لديك حساب بنكي

النسبة المئوية %	العدد	البيان
------------------	-------	--------

108	90%	نعم
12	10%	لا
120	100.0%	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 90% من افراد العينة لديها حساب بنكي و 10% ليس لديهم

حسابات بنكية .

2. يوجد لديك قرض واحد علي الاقل من البنك محل التعامل

جدول رقم (13) يوجد لديك قرض واحد علي الاقل من البنك محل التعامل

النسبة المئوية %	العدد	البيان
73.3%	88	نعم
26.7%	32	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 73.3% من افراد العينة يوجد لديهم قرض واحد علي

الاقل من البنك محل التعامل 26.7% لا يوجد.

3. تقوم باستخدام معاملات غير نقدية كالدفع عن طريق الشيكات او التحويلات ائتمانية او

الدفع عن طريق بطاقات الائتمان

جدول رقم (14) تقوم باستخدام معاملات غير نقدية

النسبة المئوية %	العدد	البيان
79.1%	95	نعم
20.9%	25	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 79.1% من افراد العينة تقوم باستخدام معاملات غير نقدية و 20.9% لا تقوم بذلك

4. تقوم باستخدام حسابك البنكي بشكل دائم وهو ان تسحب منة ثلاث مرات او اكثر شهريا سواء سحب نقدي او مدفوعات او شراء اليكتروني

جدول رقم (15) تقوم باستخدام حسابك البنكي بش.كل دائم

النسبة المئوية %	العدد	البيان
97.5%	117	نعم
2.5%	3	لا
100.0%	120	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ان 97.5% تقوم باستخدام حسابها البنكي بشكل دائم و 2.5% لا تقوم بذلك . ومن خلال اجابات المبحوثين علي الاسئلة المرتبطة بمدى استخدام العملاء للخدمات المالية الخاصة بالبنوك التجارية بمحافظة اسيوط يتضح للباحث ان غالبية العملاء تتمتع باستخدام الخدمات البنكية سواء فتح حسابات بنكية او تعاملات متكررة مع البنوك علي مدار الشهر او اخذ قروض بنكية مما يحقق قدر من العدالة بين فئات المجتمع محل الدراسة.

معاملات الثبات والصدق لقائمة الاستبيان:

أ- ثبات المقياس: تبين أن معامل الثبات لكل بعد من أبعاد الدراسة أعلى من (0.50) وأن معاملات الثبات لقائمة الاستبيان ككل بلغت (0.807) وبذلك تعتبر قائمة الاستبيان تتميز بدرجة مرتفعة من الثبات.

جدول رقم (16) الثبات والصدق لقائمة الاستبيان

عدد الفقرات	الصدق	الثبات	الأبعاد
8	0.785	0.617	وصول العملاء للخدمات المالية
3	0.897	0.805	استخدام العملاء للخدمات المالية
12	0.834	0.696	جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء
13	0.916	0.839	المسئولية الاجتماعية

36	0.898	0.807	جميع فقرات الاستبيان ككل
----	-------	-------	--------------------------

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

ب- **صدق المقياس:** يتبين أن درجة معامل الصدق لكل بعد من أبعاد الدراسة أعلى من (0.60) وأن معاملات الصدق لقائمة الاستبيان ككل بلغت (0.898) وبذلك تعتبر قائمة الاستبيان تتميز بدرجة مرتفعة من الصدق وهذا يعني أن قائمة الاستبيان صادقة لما وضعت له.

ت- الإحصاء الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:

أ. تحليل فقرات أبعاد الشمول المالي

1. تحليل فقرات بعد وصول العملاء للخدمات المالية:

جدول رقم (17): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لفقرات بعد وصول العملاء للخدمات المالية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
1.	يوجد لدي البنك الذي تتعامل معه فروع كثيرة تسمح بوصول الخدمة بسهولة في الوقت المناسب	4.17	0.626	83.33%	7
2.	توجد ماكينات صراف بنكية للبنك محل التعامل الخاص بك تساعد علي الحصول علي الخدمة فاي وقت ممكن	4.27	0.444	85.33%	3
3.	يطلب البنك محل التعامل منك ضمانات كثيرة لاتمام معاملته	4.37	0.484	87.33%	1
4.	يتسم سلوك موظفي البنك محل التعامل بالاخلاق وسعة الصدر مما يسهل من انجاز الخدمة البنكية	4.23	0.419	84.50%	5
5.	يؤثر مركز الوظيفي علي مدي حصولك علي الخدمات البنكية	4.12	0.98	82.33%	8
6.	ان استخدام الهاتف المحمول في التعاملات البنكية يسهل من وصول الخدمة لديك	4.18	0.669	83.50%	6

7.	من السهل الوصول للموقع الالكتروني للبنك محل التعامل والحصول علي الخدمات البنكية بسهولة ويسر	4.26	0.628	85.17%	4
8.	تساعد الرسائل الالكترونية من تسهيل حصولك علي الخدمة البنكية	4.32	0.467	86.33%	2
متوسط البعد		4.237	0.320	84.73%	

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المرتبطة ببعد وصول العملاء للخدمات المالية جاءت مرتفعة حيث بلغ (4.237) وبانحراف معياري (0.320).
- جاءت أعلى إجابات لأفراد العينة للفقرة التي تنص على أن " يطلب البنك محل التعامل منك ضمانات كثيرة لاتمام معاملته".
- جاءت أقل إجابات لأفراد العينة على الفقرة التي تنص على أن " يؤثر مركزك الوظيفي علي مدي حصولك علي الخدمات البنكية".
- تحليل فقرات بعد استخدام العملاء للخدمات المالية:
جدول رقم (18): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لفقرات بعد استخدام العملاء للخدمات المالية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
1.	ان المؤهل التعليمي الخاص بك يؤثر علي استخدامك الخدمات البنكية	3.72	1.07	74.33%	3
2.	تعد الرسوم الخاصة بالمعاملات البنكية عائق يمنعك من اتمام تلك المعاملات	3.95	1.052	79.00%	1
3.	تؤثر الوثائق والمستندات الرسمية علي استخدامك للخدمات البنكية	3.78	1.016	75.50%	2

	76.28%	0.888	3.814	متوسط البعد
--	--------	-------	-------	-------------

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المرتبطة ببعد استخدام العملاء للخدمات المالية جاءت مرتفعة حيث بلغ (3.814) وبانحراف معياري (0.888).
- جاءت أعلى إجابات لأفراد العينة على الفقرة التي تنص على أن " تعد الرسوم الخاصة بالمعاملات البنكية عائق يمنعك من التمام تلك المعاملات ".
2. جاءت أقل إجابات لأفراد العينة على الفقرة التي تنص على أن " ان المؤهل التعليمي الخاص بك يؤثر علي استخدامك الخدمات البنكية .

3. تحليل فقرات بعد جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء:

جدول رقم (19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لفقرات بعد جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
1.	تقييمك للخدمة المالية المقدمة من البنك الخاصة بك بانها ممتازة	4.03	0.654	80.50%	12
2.	تشعر بالأمان عند اعطاء البنك بياناتك المالية الخاصة بك	4.37	0.621	87.33%	1
3.	درجة رضائك عن الخدمات البنكية المقدمة اليك من البنك محل التعامل	4.16	0.81	83.17%	9
4.	تعد تكلفة الخدمة البنكية مقبولة من وجهة نظرك وغير مبالغ فيها	4.14	0.901	82.83%	10
5.	يقدم البنك معلومات عن الخدمات البنكية بطريقة واضحة ومفهومة ولغة سهلة الفهم	4.13	0.931	82.50%	11
6.	يتيح البنك الذي تتعامل معه في حالة حدوث نزاع مع احد موظفيه بتقديم شكوي لدية	4.26	0.587	85.17%	7
7.	يوجد جهة عادلة لدي البنك محل التعامل تستطيع ان تلجا اليها في حالة حدوث نزاع بينك وبين موظفي البنك	4.25	0.833	85.00%	6
8.	يعد متوسط الوقت الذي تقضيه في حصولك علي الخدمة طويل نوعا ما	4.29	0.556	85.83%	4
9.	تعد التكلفة الخاصة بفتح الحساب الجاري مناسبة بالنسبة لك	4.17	0.64	83.33%	8
10.	تعد تكلفة التحويلات البنكية مقبولة بالنسبة لك	4.27	0.847	85.33%	5
11.	يعد متوسط الرسوم المالية والمصرفيات الادارية مقبولة لديك	4.33	0.735	86.50%	3
12.	لايوجد اختلاف في تعامل موظفي الائتمان في حالة حصولك علي قرض قبل وبعد تقديم الخدمة	4.35	0.617	87.00%	2
متوسط البعد		4.227	0.354	84.54%	

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المرتبطة ببعد جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء جاءت مرتفعة حيث بلغ (4.227) وبانحراف معياري (0.354).
- جاءت أعلى إجابات لأفراد العينة للفقرة التي تنص على أن " تشعر بالامان عند اعطاء بياناتك المالية الخاصة بك للبنك " .
- جاءت أقل إجابات لأفراد العينة على الفقرة التي تنص على أن " تقييمك للخدمة المالية المقدمة من البنك الخاصة بك بانها ممتازة " .

ب. تحليل فقرات المتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية) :
جدول رقم (20): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لفقرات بعد المسؤولية الاجتماعية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
1	تتفق اهداف البنك مع اهداف عملائه.	4.45	0.5	89.00%	4
2	يقدم البنك محل التعامل ندوات تعريفية لعرض منتجاته وخدماته.	4.43	0.545	88.50%	5
3	يهتم البنك محل التعامل بعملائه من ناحية الحرص علي تعريفهم بانشطة البنك المختلفة وشرحها بطريقة مبسطة وسهلة الفهم .	4.22	0.812	84.33%	12
4	يهتم البنك محل التعامل بعمل استقصاء دوري علي رايبك في الخدمة البنكية.	4.26	0.494	85.17%	10
5	يستجيب البنك للشكاوي المقدمة من العملاء.	4.27	0.546	85.33%	11
6	يتصف البنك محل التعامل بالشفافية والنزاهه في التعامل مع عملائه.	4.49	0.55	89.83%	3
7	يحرص البنك علي خلق علاقات طيبة مع العملاء.	4.42	0.495	88.33%	6
8	يحرص البنك علي تسهيل الاجراءات الخاصة بتقديم الخدمات للعميلين.	4.52	0.502	90.33%	2
9	يطبق البنك اجراءات امن وسلامة كافية للحفاظ علي اموال المودعين.	4.32	0.467	86.33%	8
10	يهتم البنك بتحقيق رضا عملائه المودعين بخصوص العائد علي ايداعاتهم.	4.17	0.873	83.33%	13
11	يراقب البنك نمط الحسابات المصرفية الخاصة بعملائه لاكتشاف اي معاملات غير طبيعية او غير منطقية.	4.28	0.453	85.67%	9
12	يمنع البنك التعامل مع الحسابات مجهولة الاسم والهوية.	4.33	0.47	86.50%	7
13	يطبق البنك مبدا اعرف عميلك والذي يتطلب التعامل مع العميل بموجب الاسماء الواردة في الوثائق الرسمية في البلاد	4.57	0.498	91.33%	1
متوسط البعد		4.383	0.194	87.65%	

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS.

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المرتبطة ببعدها المسؤولية الاجتماعية جاءت مرتفعة حيث بلغ (4.383) وبانحراف معياري (0.194).
- جاءت أعلى إجابات لأفراد العينة للفقرة التي تنص على أن " يطبق البنك مبدأ اعرف عميلك والذي يتطلب التعامل مع العميل بموجب الاسماء الواردة في الوثائق الرسمية في البلاد "
- جاءت أقل إجابات لأفراد العينة على الفقرة التي تنص على أن " يهتم البنك بتحقيق رضا عملائه المودعين بخصوص العائد علي ايداعاتهم "

اختبارات فروض الدراسة

ينص الفرض الرئيسي للدراسة على أنه:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الشمول المالي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.
ولقد تم تقسيم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية كما يلي:

1. الفرض الفرعي الأول:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد وصول الخدمات المالية المصرفية للعملاء وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.
ولاختبار هذا الفرض تم القيام بعدد من الاختبارات وذلك على النحو التالي:
أ. معامل الارتباط:

يبين الجدول التالي معامل الارتباط بين وصول العملاء للخدمات المالية كمتغير مستقل والمسؤولية الاجتماعية كمتغير تابع.

جدول رقم (21): معامل الارتباط للفرض الفرعي الأول

المتغير	الاختبار	تعظيم قيمه المنشأة
وصول العملاء للخدمات المالية	معامل الارتباط	0.216
	المعنوية	0.009

المصدر : مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بنسبة 21.6% عند مستوى معنوية 0.05 بين وصول العملاء للخدمات المالية و المسؤولية الاجتماعية.

ب. تحليل التباين ANOVA Test:

جدول رقم (22): تحليل التباين للفرض الفرعي الأول

المعنوية	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	البيان
0.018	5.788	0.209	1	0.209	الانحدار
		0.036	118	4.268	البواقي
			119	4.478	المجموع

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من خلال الجدول السابق وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين وصول العملاء للخدمات المالية و المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال قيمة "ف" وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 وتدل على صحة وجوهية العلاقة بين المتغيرين وجودة الإطار وصحة الاعتماد على نتائجه بدون أخطاء.

ج. تحليل الانحدار:

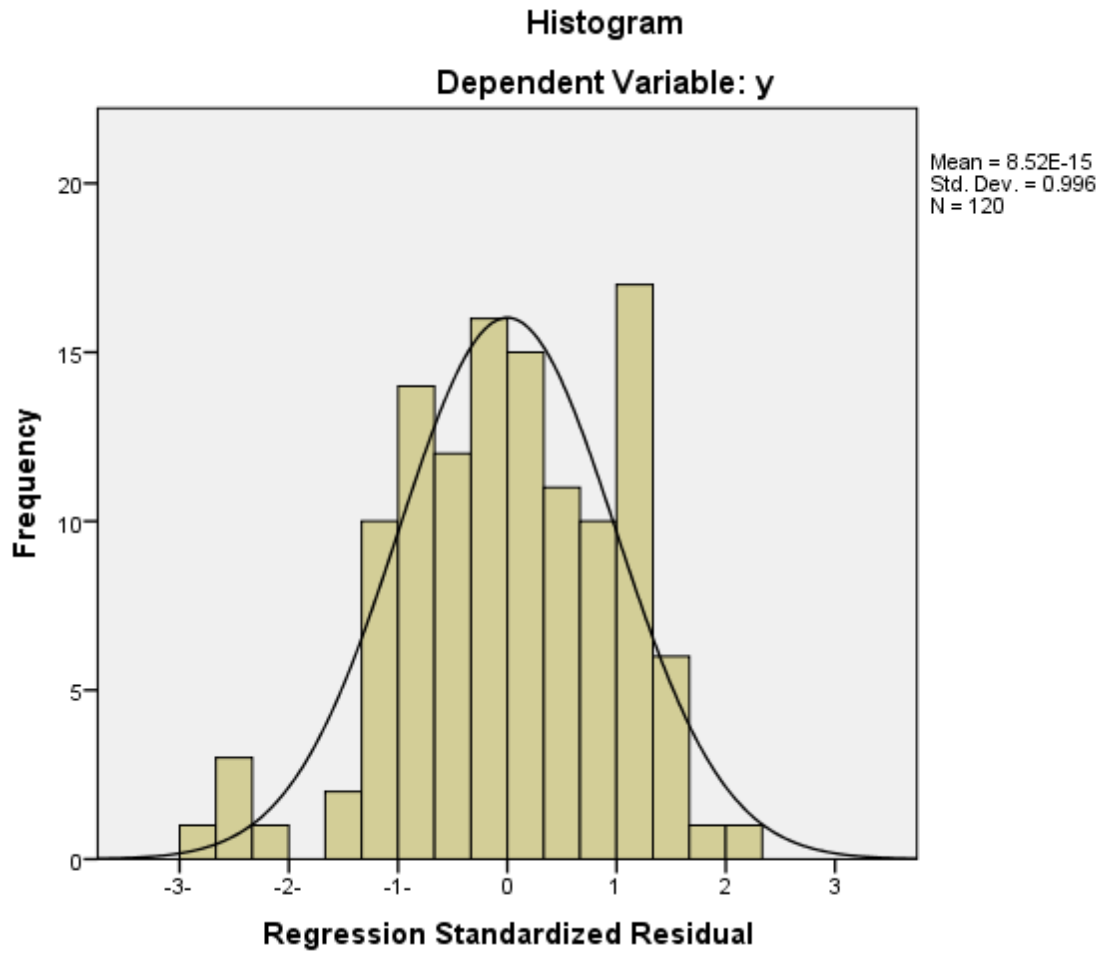
جدول رقم (23): تحليل نتائج الانحدار للفرض الفرعي الأول

المعنوية	اختبارات	المعاملات المعيارية	المعاملات الغير معيارية		النموذج
		بيتا	الخطأ المعياري	بيتا	
0.000	16.55 6	0.216	0.231	3.828	الثابت
0.018	2.406		0.054	0.131	وصول العملاء للخدمات المالية

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يظهر من خلال الجدول السابق أن قيم اختبار "ت" لمتغير وصول العملاء للخدمات المالية ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية 0.05 ويبين هذا قوة العلاقة الانحدارية بين وصول العملاء للخدمات المالية و المسؤولية الاجتماعية.

د. مقاييس البواقي:

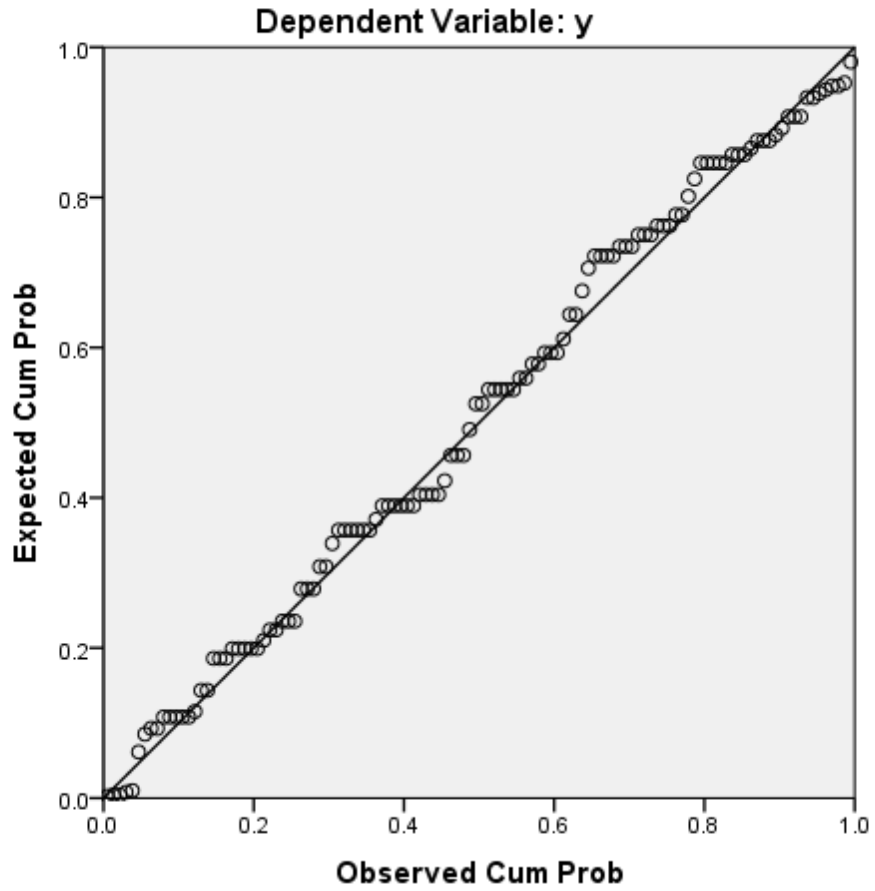


شكل رقم (3)

توزيع البواقي للفرض الفرعي الأول

يتضح في الشكل أعلاه أن منحنى التوزيع التكراري يشبه إلى حد كبير نحو منحنى التوزيع الطبيعي ولذا فإن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



شكل رقم (4)

انتشار البواقي للفرض الفرعي الأول

يتضح من الشكل أعلاه لمنحنى الاحتمال الطبيعي أن النقاط تتطبق كثيراً على الخط المائل والذي يمثل منحنى التوزيع الطبيعي، ولذلك فإن الشكل يبين أن البيانات والتي هي البواقي القياسية في هذه الحالة تتبع توزيعاً طبيعياً.

• مما سبق يمكن قبول الفرض الفرعي الأول الذي ينص علي :

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد وصول الخدمات المالية المصرفية للعملاء وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

2. الفرض الفرعي الثاني:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد استخدام الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط. ولاختبار هذا الفرض تم القيام بعدد من الاختبارات وذلك على النحو التالي:
أ. معامل الارتباط:

يبين الجدول التالي معامل الارتباط بين استخدام العملاء للخدمات المالية كمتغير مستقل والمسؤولية الاجتماعية كمتغير تابع.

جدول رقم (24): معامل الارتباط للفرض الفرعي الثاني

المتغير	الاختبار	المسؤولية الاجتماعية
استخدام العملاء للخدمات المالية	معامل الارتباط	0.207
	المعنوية	0.012

المصدر : مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بنسبة 20.7% عند مستوى معنوية 0.05 بين استخدام العملاء للخدمات المالية و المسؤولية الاجتماعية .

ب. تحليل التباين ANOVA Test:

جدول رقم (25): تحليل التباين للفرض الفرعي الثاني

البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	المعنوية
الانحدار	0.192	1	0.192	5.284	0.023
البواقي	4.286	118	0.036		
المجموع	4.478	119			

المصدر : مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من خلال الجدول السابق وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين استخدام العملاء للخدمات المالية و المسؤولية الاجتماعية ، ويظهر ذلك من خلال قيمة "ف" وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 وتدل على صحة وجوهية العلاقة بين المتغيرين وجودة الإطار وصحة الاعتماد على نتائجه بدون أخطاء.

ج. تحليل الانحدار:

جدول رقم (26): تحليل نتائج الانحدار للفرض الفرعي الثاني

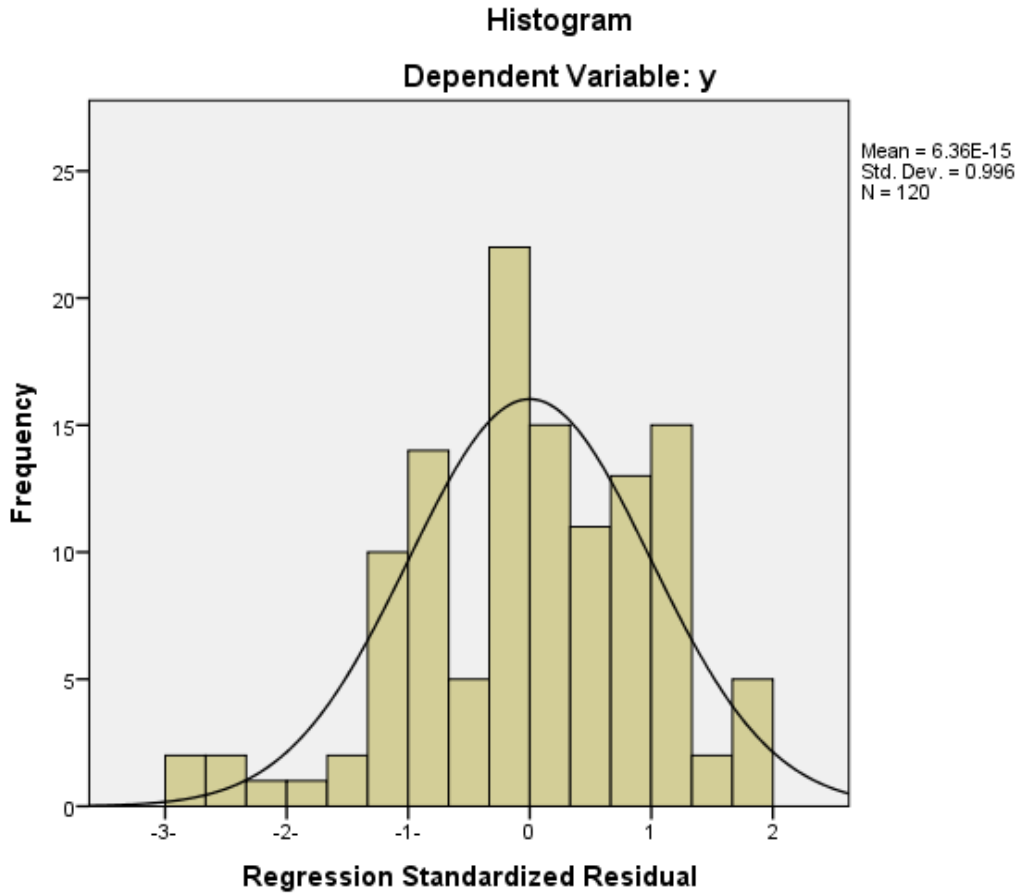
المعنوية	اختبارات	المعاملات المعيارية	المعاملات الغير معيارية		النموذج
		بيتا	الخطأ المعياري	بيتا	
0.000	54.63	0.207	0.077	4.21	الثابت
0.023	2.299		0.02	0.045	استخدام العملاء للخدمات المالية

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يظهر من خلال الجدول السابق أن قيم اختبار "ت" لجميع عبارات متغير استخدام العملاء للخدمات المالية ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية 0.05 ويبين هذا قوة العلاقة الانحدارية بين استخدام العملاء للخدمات المالية والمسئولية الاجتماعية .

د-مقاييس البواقي:

شكل رقم (5) توزيع البواقي للفرض الفرعي الثاني

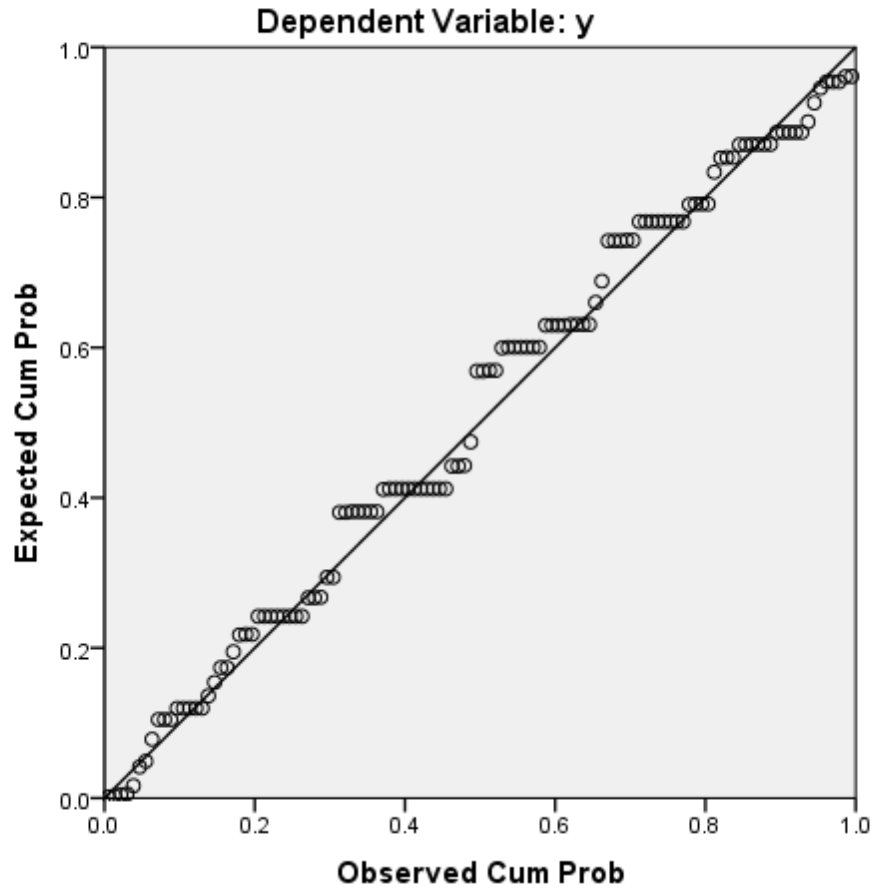


يتضح في الشكل أعلاه أن منحنى التوزيع التكراري يشبه إلى حد كبير نحو منحنى التوزيع الطبيعي ولذا فإن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

شكل رقم (6)

انتشار البواقي للفرض الفرعي الثاني

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



يتضح من الشكل أعلاه لمنحنى الاحتمال الطبيعي أن النقاط تتطبق كثيراً على الخط المائل والذي يمثل منحنى التوزيع الطبيعي، ولذلك فإن الشكل يبين أن البيانات والتي هي البواقي القياسية في هذه الحالة تتبع توزيعاً طبيعياً.

• مما سبق يمكن قبول الفرض الفرعي الثاني والذي ينص علي:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد استخدام الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

3. الفرض الفرعي الثالث:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد جودة الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.

ولاختبار هذا الفرض تم القيام بعدد من الاختبارات وذلك على النحو التالي:

أ. معامل الارتباط:

يبين الجدول التالي معامل الارتباط بين جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء كمتغير مستقل و المسؤولية الاجتماعية كمتغير تابع.

جدول رقم (27): معامل الارتباط للفرض الفرعي الثالث

المتغير	الاختبار	المسؤولية الاجتماعية
جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء	معامل الارتباط	0.418
	المعنوية	0.000

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بنسبة 41.8% عند مستوى معنوية 0.05 بين جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء والمسؤولية الاجتماعية.

ب. تحليل التباين ANOVA Test:

جدول رقم (28): تحليل التباين للفرض الفرعي الثالث

البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	المعنوية
الانحدار	0.784	1	0.784	25.054	0.000
البواقي	3.693	118	0.031		
المجموع	4.478	119			

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من خلال الجدول السابق وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء و المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال قيمة "ف" وهي دالة

إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 وتدل على صحة وجوهية العلاقة بين المتغيرين وجودة الإطار وصحة الاعتماد على نتائجه بدون أخطاء .

ج. تحليل الانحدار:

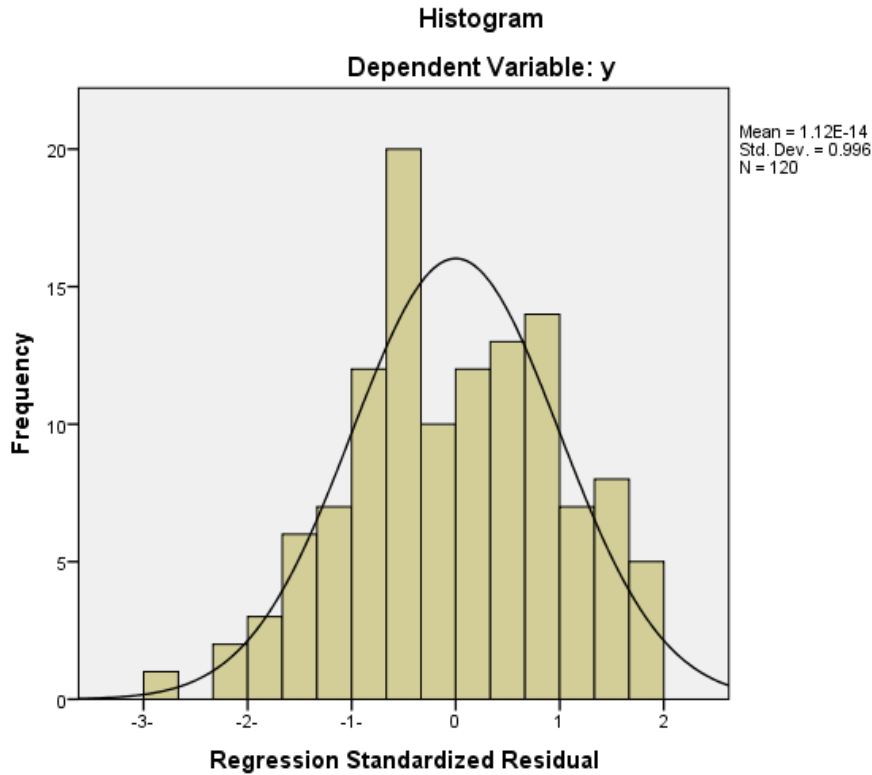
جدول رقم (29): تحليل نتائج الانحدار للفرض الفرعي الثالث

المعنوية	اختبار ت	المعاملات	المعاملات الغير معيارية		النموذج
		المعيارية	الخطأ المعياري	بيتا	
0.000	17.588		0.194	3.414	الثابت
0.000	5.005	0.418	0.046	0.229	جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء

المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss

يظهر من خلال الجدول السابق أن قيم اختبار "ت" لجميع عبارات متغير جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية 0.05 ويبين هذا قوة العلاقة الانحدارية بين جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء و المسؤولية الاجتماعية .
د-مقاييس توزيع البواقي :

شكل رقم (7) توزيع البواقي للفرض الفرعي الثالث

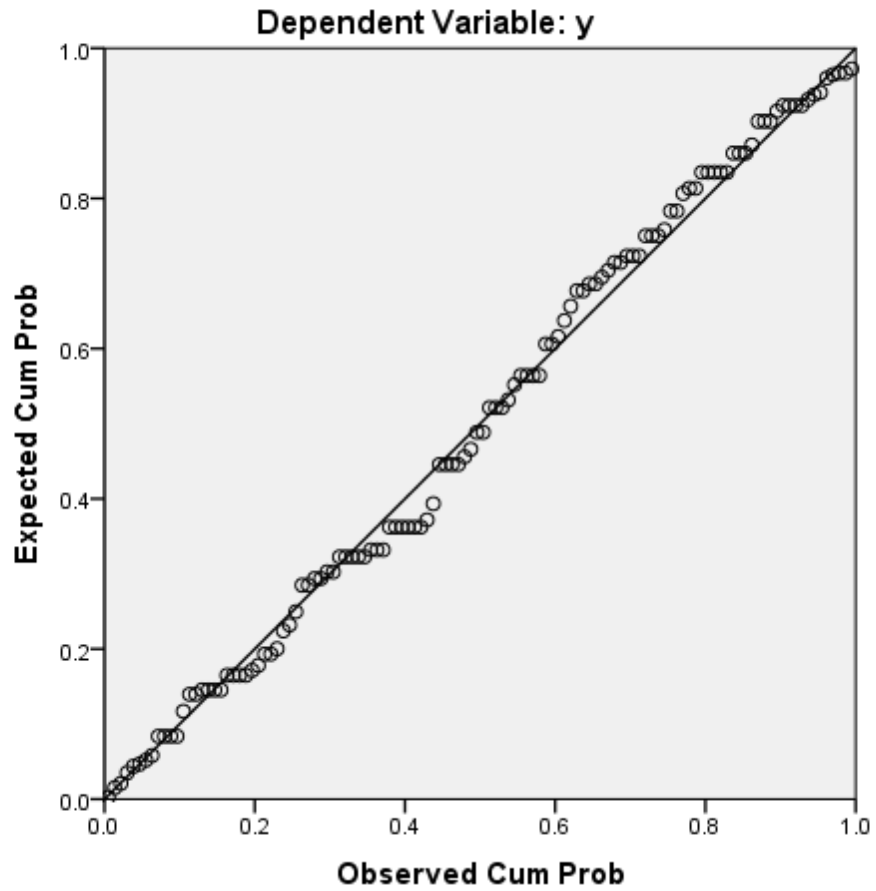


يتضح في الشكل أعلاه أن منحنى التوزيع التكراري يشبه إلى حد كبير نحو منحنى التوزيع الطبيعي ولذا فإن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

شكل رقم (8)

انتشار البواقي للفرض الفرعي الثالث

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



يتضح من الشكل أعلاه لمنحنى الاحتمال الطبيعي أن النقاط تتطبق كثيراً على الخط المائل والذي يمثل منحنى التوزيع الطبيعي، ولذلك فإن الشكل يبين أن البيانات والتي هي البواقي القياسية في هذه الحالة تتبع توزيعاً طبيعياً.

- مما سبق يمكن قبول الفرض الفرعي الثالث الذي ينص علي:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد جودة الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.

- الأهمية النسبية لابعاد الشمول المالي :

جدول رقم (30) يوضح الأهمية النسبية لابعاد الشمول المالي

الأهمية النسبية	البعد
34.6%	وصول العملاء للخدمات المالية
31%	استخدام العملاء للخدمات المالية
34.4%	جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء
100%	الإجمالي

المصدر : مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss

يتضح من خلال الجدول السابق ان بعد وصول العملاء للخدمات المالية اكثر اهمية نسبية لتحقيق المسؤولية الاجتماعية ثم يليه في الأهمية النسبية بعد جودة الخدمات المالية ويمثل بعد استخدام الخدمات المالية اقل بعد في الأهمية النسبية تحقيقا للمسؤولية الاجتماعية

النتائج والتوصيات :

من خلال ماتم عرضة في كلا من الدراساتين النظرية والميدانية يتستنتج الباحث ما يلي :-

- 1- ان أهمية الشمول المالي تمكن في حدوث استقرار مالي ونمو اقتصادي معاً وتكمن أيضاً أهميته في توفير الخدمات المالية بسعر مناسب للفئات الفقيرة وإمكانية مشاركتهم في الاقتصاد القومي
- 2- ان قيام البنوك بالتعرف علي احتياجات عملائها من الخدمات المالية وتقديم منتجاتها بشكل يتسم بالشفافية وبتكلفة مناسبة تتناسب مع احتياجات كافة فئات المجتمع يساعد البنوك علي تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه الأفراد والمجتمع المحيط بها.
- 3- أن هناك أوجه ترابط كبيرة بين أبعاد المتغيرين الخاصين بالبحث وهو الشمول المالي والمسؤولية الاجتماعية
- 4- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد وصول الخدمات المالية المصرفية للعملاء وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في محافظة أسيوط.
- 5- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد استخدام الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.
- 6- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق بُعد جودة الخدمات المالية المصرفية وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية.

7- يعد بعد الوصول للخدمات المالية اكثر الابعاد تاثيرا علي تحقيق المسؤولية الاجتماعية لدي افراد المجتمع وهذا دليل علي اهتمام البنوك محل الدراسة بتوفير الخدمات المالية للعملاء فالمكان والوقت المناسبين وبالتكلفة المناسبة ثم يلية في الاهمية بعد جودة الخدمات المالية ثم يلية بعد استخدام الخدمات المالية .

ويوصي الباحث بما يلي :-

1- ضرورة عمل حملات توعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي او من خلال الاجهزة الاعلامية بماهية الشمول المالي واهميتها في تحقيق العدالة الاجتماعية بين كافة افراد وفئات المجتمع .

2- تشجيع البنوك المصرفية علي تطبيق الشمول المالي وبيان اهمية ودورة في تحقيق النمو الاقتصادي.

3- ضرورة اهتمام البنوك المصرفية بالجانب الاجتماعي تجاة البيئة المحيطة سواء بالقيام بعمل مبادرات متعلقة بالتعليم او الصحة او توفير فرص عمل بما يخدم كافة فئات المجتمع

4- بيان اهمية الدور الذي يلعبه الشمول المالي في دعم الطبقات الفقيرة والمهمشة وعدم التمييز بين طبقات المجتمع علي اساس الجنس او النوع او المستوي الوظيفي او التعليمي .

5- حث الجهات البحثية علي القاء الضوء بشكل اكبر علي الدور الذي يلعبه القطاع المصرفي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية .

المراجع:

- إسماعيل، لخضر، ياسين، ناصري. (2021). المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية العمومية والخاصة – دراسة مقارنة بين البنك الوطني الجزائري وبنك الخليج الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم الاقتصادية، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار – الجزائر.
- أنور عبد الفتاح صالح ، محسن. (2021). المسؤولية الاجتماعية للشركات المصرية في ظل جائحة كورونا، المؤتمر العلمي الرابع، قسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية (تحديات وأفاق مهنة المحاسبة والمراجعة – الشمول لرقيم – كورونا) في القرن الحادي والعشرون، 10-11 مارس.
- البنك المركزي المصري، الشمول المالي، النشرة التعريفية للعاملين بالقطاع المالي، 2017. <http://www.bank.abc.com>
- بوتبينة، حدة. (2018). أبعاد الشمول المالي ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، بحث استطلاعي لعينة من عملاء المصارف التجارية الجزائرية، المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان (الشمول المالي ودوره في المصارف التجارية الجزائرية)، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية، عدد خاص – المؤتمر العلمي الدولي الأول.
- جبريل، ليلي. (2021). الشمول المالي ودوره في التطور المصرفي. <http://www.amnuair.ma/>

- سامي عدلي إبراهيم القاضي، أحمد. (2010). المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية (مجالاتها – تأثيرها علي الأداء)، دراسة ميدانية مقارنة لعينة من فروع البنوك العامة والخاصة العاملة بجامعة أسيوط، <<http://www.Khair.ws>>.
- شبني، صورية، بن لخضر، السعيد (2019). أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية) مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 4، العدد الأول: 104-129.
- عادل محمود عوض، آية. (2021). أثر تطبيق الشمول المالي علي الأداء المالي للبنوك، مجلة الدراسات المالية والتجارية، العدد الثالث، ص ص : 370-394.
- عبد الرحمن عبد الدايم، سلوي. (2020). العوامل المؤثرة علي الإفصاح عن مؤشرات الشمول المالي وأثرها علي تحسين أداء البنوك المصرية، دراسة ميدانية، مجلة الفكر المحاسبي، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد (3): 45-87.
- فؤاد إبراهيم، رشا. (2021). الشمول المالي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، مركز المعلومات واتخاذ ودعم القرار. <<http://www.idsc.gov.eg>>.
- محمد إبراهيم المقبول، العجب. (2021). أثر التوسع في تطبيق الشمول المالي علي جذب ودائع العملاء في المصارف السودانية، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، العدد 18، أغسطس، مجلد 5، ص ص : 54-80.
- محمد بدر عجور، حنين . (2017). دور الاثتمال المالي لدي المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء (دراسة حالة – البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة)، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة.
- مركز هيردو. (2018). الشمول المالي في مصر (هل لمحدودي الدخل نصيب في إتاحة الأدوات المالية)؟ <<http://ww.bank.abc.com>>.
- Abigail Mc Williams. (2020). Corporate Social Responsibility. <<http://ww.dol.org/10.1093/acrefor/97801902>>.
- Abd Ullah Omar & Kazuainaba. (2020). Does financial inclusion reduce poverty and income inequality in developing countreir? A Panel data analysis, Journal of Economic Structure. 9, Article No. 37: 14-35.
- Anam Ahmed. (2020). The four components of social responsibility, <<http://bizfluent.com>>.
- Due Hong Vo. (2020). Financial Inclusion corporate social responsibility and customer loyalty in the Banking sector in juetnam, Journal of International Stude, Vol. 13, No. 4, 212: 260.
- Gatnar, E. (2013). Financial inclusion indicators in Poland. <<http://www.cejsh.icm.edu.pl>>.

- Hortensia Gorski, Mircea Fucui & Natalia Croctor. (2014). Research on corporate social responsibility in the development. Region Centre in Aamonia, 21st International Economic Conference, IECS, 16-17 May, Silbiy, Romania. <http://www.creaturecommons.org>.
- ISO 260000 (2020). Social Responsibility. <http://www.iso.org>>.
- Jason Fernando. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR), <http://www.inveropedia.com>>.
- John Kuada. (2014). Financial Inclusion and the sustainable development goals. <http://www.dor.org/10.1016/Bg.78-0-12>>.
- Juan Lara, Antonio Jose Verdu-Jover, & Victor Meseguer. Snchez. (2021). Research advances on financial inclusion AB ibliometric analysis, sustainability. <http://www.doi.org/10.3390/54130631506>.
- Noelia Canara & David Juesta. (2014). Measuring Financial inclusion A multidimenustional index, Madrid, September, 14/26 working paper. <http://www.bbvarresearch.com>.
- Perera, R. (2015). Advancing inclusive financial system in next decade, shretha, Min. B., The Searen Center, pp. (213-249).
- Peterson K. Ozili. (2020). Financial inclusion research around the world: a review. <http://www.mptu.4b.uni-muenchen.de/101809/>.
- Ramziam Muhammad; Abbas Muhammd. (2020). How does corporate social responsibility and financial performance financial stability and financial inclusion in baking sector? Evidence from Pakistan, Journal of International Business and Financial, Vol. 55: 44-79.
- Rosmah Nigam, Zulkefly Abdul Karim, Airyah Abdul Rahman & Tamat Sarmidi. (2020). Financial inclusiveness using athreshold regression analysis. Economic (Research), Ekonomiska Istrejivang Journal, Volume 33, Issue 1: 1-38.
- SEPA for corporates, 5 reasons why financial inclusion is important, 2015. <http://www.sepaforcorporates.com>.
- Simth Pcanth. (2011). Five dimensions of corporate social responsibility, <http://www.academea.edu>>.

- Singh, Kuldeep, Misra, Madhvendra; Yadau, Jitendra. (2021). Corporate social responsibility and financial inclusion: Evaluating the moderating effect of income, Managerial and Decision Economics Journal, 42 (12): 121-153.
- Tim Stobierski. (2021). Type of corporate Social Responsibility to be aware of Harvard Business School. <http://online.hbs.edu>>