

تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية - دراسة تطبيقية على عينة من المصارف الإسلامية - *

أ. حنان مبروك درحمون**

* تاريخ التسليم: 2016/5/8م، تاريخ القبول: 2016/5/24م.
** طالبة دكتوراه / جامعة سطيف/ الجزائر.

مقدمة:

تعتبر المصارف الإسلامية مؤسسات مالية ومصرفية ذات أبعاد اجتماعية واقتصادية، تقوم بتجميع الأموال واستثمارها وتقديم الخدمات المصرفية بما يتوافق والأحكام الشرعية؛ فهي مؤسسات تنموية تسعى لوضع المال في مساراته الصحيحة، بهدف تحقيق التنمية الاجتماعية إلى جانب تحقيق التنمية الاقتصادية.

فالمصارف الإسلامية جاءت تطبيقاً عملياً لجانب من جوانب الاقتصاد الإسلامي ولها مسؤولية كبيرة تختلف عن مسؤولية المصارف التقليدية، ذلك أن الاقتصاد الإسلامي يقوم على عدم التعامل بالفائدة الربوية وأكل الأموال بالباطل، مع إحلال المعاملات المبنية على التعاون والتكافل مراعاة لمصالح المجتمع كافة، وعلى تلك القيم والمبادئ أقامت المصارف الإسلامية كيانها، سعياً منها إلى تحقيق التعاون الاجتماعي والاقتصادي، إضافة إلى تخليص المجتمع من التبعية للمصارف التقليدية.

وفي ظل ما تشهده السنوات الأخيرة من عودة الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والأخلاقية على مستوى الاقتصاد التقليدي من مختلف مؤسساته الاقتصادية والمالية والمصرفية، بإدماج بعض المفاهيم التي تعكس الأداء المعاصر لدورها الاجتماعي والتي تُعدّ المسؤولية الاجتماعية من أبرزها، يستدعي من المصارف الإسلامية ضرورة إحياء دورها الاجتماعي تجاه مختلف أصحاب مصالحها المعنية بذلك، من عملائها ومواردها البشرية والمجتمع والبيئة.

مشكلة الدراسة:

لا شك أن تزايد إقبال مختلف المؤسسات الاقتصادية والمالية عموماً والمصارف التقليدية خصوصاً، على تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وغيرها من المفاهيم الأخرى التي تعكس الأداء المعاصر للدور الاجتماعي، يفرض على المصارف الإسلامية ضرورة إحياء أداء دورها الاجتماعي الذي سَطُر لها منذ تأسيسها، وذلك إلى جانب أداء دورها المالي ودورها الاقتصادي.

من هنا، جاءت إشكالية هذه الدراسة لتطرح في صيغتها التالية:

◀ ما واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، على ضوء ما تُفصح عنه من معلومات في تقاريرها السنوية؟

فرضيات الدراسة:

بغرض معالجة إشكالية الدراسة ووصولاً لأهدافها، يمكن طرح الفروض التالية:

- هناك تقصير في التزام المصارف الإسلامية بمسؤوليتها الاجتماعية؛

- لا تعكس المعلومات المُفصَّح عنها في التقارير السنوية للمصارف الإسلامية عن ممارساتها الفعلية لمسؤوليتها الاجتماعية.

ملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في البحث عن واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، من خلال ما تُفصح عنه من معلومات في تقاريرها السنوية، وذلك بالتطبيق على بعض المصارف الإسلامية من دول مختلفة؛ ونهدف من خلالها إلى إظهار الأهمية الاجتماعية والأخلاقية للمصارف الإسلامية، وتقييم مدى التزام المصارف الإسلامية بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب مصالحها، وذلك بالاعتماد على (مؤشر الهوية الاجتماعية)؛ إذ استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح بتحليل المحتوى والمنهج المقارن؛ وقد توصلنا إلى أن المصارف الإسلامية عموماً لا تولي اهتماماً كبيراً بالإفصاح عن هويتها الاجتماعية، إذ يوجد تقصير في التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية، ما يستدعي ضرورة عمل هذه المصارف على تقويم إفصاحها عن ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية من خلال تقاريرها السنوية، بما يسمح لها تحسين صورتها أمام المجتمع وتعزيز مكانتها في السوق المصرفية، في ظل التنافسية الشديدة التي تفرضها عليها باقي المصارف الإسلامية الأخرى والمصارف التقليدية أيضاً.

الكلمات المفتاحية: تقييم، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، المصارف الإسلامية، مؤشر الهوية الاجتماعية.

Assessing the social responsibility of Islamic Banks: an Empirical Study on a Sample of Islamic banks

Abstract:

The Study problem represents the reality of social responsibility practices in Islamic banks, through analyzing what they disclosed in their annual reports, by examining the case of some Islamic banks in different countries. The Researchers basically aims to show the social and ethical importance of Islamic banks, and assess the social responsibility practices in these banks towards their stakeholders by using (Social Identity Index). The researchers adopted the descriptive analytical method, the survey method and the comparative method. The study results indicate that Islamic banks don't have a high level of corporate social responsibility disclosures, and that Islamic banks should disclose an ideal level of corporate social responsibility in their annual reports, to enhance their image in society as well as to remain competitive with other Islamic banks and conventional banks.

Keywords: Assessing, corporate social responsibility, Islamic banks, Social Identity Index.

أهمية الدراسة:

الفكر الاقتصادي الإسلامي وفي المصارف الإسلامية، وأشار من خلالها إلى مختلف القوى والعوامل الدافعة لممارسة المصارف الإسلامية لمسئوليتها الاجتماعية؛ وقد توصل إلى اقتراح إطار عملي لبرنامج المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية.

دراسة معالي بسام وآخرون 2006 MAALI Bassam et.al:

عمل الباحثون في دراستهم على مقارنة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لتسعة وعشرين مصرفاً من حوالي ستة عشر دولة؛ وقد توصلوا إلى أن المصارف الإسلامية المدروسة لا ترقى إلى مستوى كبير من الإفصاح على الممارسات الاجتماعية، كما أن المصارف الإسلامية المكلفة قانوناً بالزكاة التزمت أكثر من غيرها في الإفصاح عن الزكاة.

دراسة حنيفة رزين وحديد محمد ROSZAINI Haniffa and
HUDAUB Mohammad 2007:

هدف الباحثان من خلال دراستهما إلى إظهار مدى وجود تناقض بين الهوية الأخلاقية للمصارف الإسلامية وممارساتها المصرفية في واقعها المعاصر وقياس ذلك بمؤشر الهوية الأخلاقية؛ وقد توصلوا إلى وجود مصرف واحد حقق نتائج متوسطة، أما باقي المصارف فوجدها تعاني من التفاوت بين هويتها الأخلاقية والإفصاح عنها، خاصة ما يتعلق بالإفصاح عن التزاماتها تجاه المجتمع وإسهاماتها في إدارة الزكاة والقروض الحسنة والأعمال الخيرية، إلى جانب المعلومات المتعلقة بالإدارة العليا وكذا الكشف عن الرؤية الاستراتيجية للمصارف محل الدراسة.

دراسة دوسوكي أسيراف ودار هيومايون DUSUKI Asyraf
and DAR Humayon 2007:

عمل الباحثان من خلال دراستهما على استكشاف العلاقة التي تربط مختلف أصحاب المصالح من المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية بماليزيا؛ وقد توصلوا إلى أن المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل تُعد أحد أبعاد النظام المصرفي الإسلامي المبني على الأحكام الشرعية إلى جانب بعدها المالي الربحي، كما أن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية هي واحدة من أهم العوامل في اتخاذ القرارات لدى هذه المصارف في ماليزيا، وأشارا إلى أهم التحديات التي تواجهها المصارف الإسلامية في تحقيق أفضل الممارسات للمسؤولية الاجتماعية، والتي تكمن في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في جميع أوجه معاملاتها.

دراسة عياش محمد (2010):

حاول الباحث من خلال دراسته تقديم وقفة توضيحية على طبيعة وأهمية المسؤولية الاجتماعية، وإظهارها كمرتكز أساسي لهذه المصارف في تحقيق التنمية الشاملة للمجتمعات؛ وقد توصل إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية لا تقتصر فقط على جمع وتوزيع الزكاة ومنح القروض الحسنة، بل يتعدى دورها للمساهمة في مواجهة الفقر والبطالة وتوجيه الوعي المصرفي للمجتمع.

تنبع أهمية هذه الدراسة من تزايد الاهتمام الحالي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمختلف المؤسسات المصرفية والمالية والاقتصادية التقليدية؛ وباعتبار أن المصارف الإسلامية كان لها السبق في الاهتمام بهذا المفهوم، إذ إنه يعكس الدور الاجتماعي الذي سطر لهذه المصارف منذ تأسيسها، ما يجعل عملية تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية من الدراسات المهمة حالياً، بغية قياس أدائها الاجتماعي، ما دام أن الدور الاجتماعي للمصارف الإسلامية قضية حقيقية، والتي لم تُوفَّ بالبحوث والدراسات الأكاديمية اللازمة.

وعلى العموم، ستظهر أهمية هذه الدراسة في كونها:

- مدخلا مهماً لدراسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية:

- موضوعاً مهماً لقياس ممارسات المصارف الإسلامية لمسئوليتها الاجتماعية:

- بحثاً أكاديمياً متخصصاً سيبحث في تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، على أمل أن يكون مرجعاً علمياً للمهتمين بهذه المواضيع، وإضافة جديدة تُثري المكتبات الجامعية.

أهداف الدراسة:

سنحاول في هذه الدراسة الوصول إلى الأهداف الآتية:

- إظهار الأهمية الاجتماعية والأخلاقية للمصارف الإسلامية:

- تقييم مدى التزام المصارف الإسلامية بمسئوليتها الاجتماعية:

- إبراز مدى اهتمام بعض المصارف الإسلامية بمسئوليتها الاجتماعية عملياً.

منهج الدراسة:

سيعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ذلك لأن الدراسة تتطلب جميع المعلومات والبيانات وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج يُمكن تعميمها؛ بالإضافة إلى منهج المسح بتحليل المحتوى والذي سيعتمد في الدراسة التطبيقية، وذلك من خلال العمل على جمع البيانات والمعلومات من التقارير السنوية لعينة المصارف الإسلامية محل الدراسة؛ إلى جانب المنهج المقارن الذي سيعتمد في مقارنة النتائج المتوصل إليها، والمتعلقة بالمصارف الإسلامية محل الدراسة.

الدراسات السابقة:

لعلَّ من أبرز الدراسات التي اطلعنا عليها في هذا الموضوع ما يأتي:

دراسة المغربي عبد الحميد (1996):

تناول الباحث في دراسته مفهوم المسؤولية الاجتماعية في

(The Philosophy of Management)، حيث أشار فيه إلى ضرورة اهتمام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية في أداء وظائفها، إلا أنه لم يلق الاهتمام الكافي (القاضي، 2010، 7).

ليتوالى بعد ذلك الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، نتيجة للانتقادات المستمرة التي واجهت المؤسسات حول اهتمامها بتعظيم الأرباح فقط، بالإضافة إلى عوامل أخرى كتنامي اهتمام أفراد المجتمع والدول بالقضايا الاجتماعية والأخلاقية، وكذا زيادة الضغوط التنظيمية الملزمة للمؤسسات على الالتزام ببعض المعايير في ممارسات أنشطتها، بالإضافة إلى تطور قوة الاتصالات والتي دفعت بالمنظمات غير الحكومية كالنقابات إلى التدقيق في نشاطات المؤسسات، إلى جانب ظهور حدة المنافسة والتي أدت إلى التوجه نحو إدخال عوامل اجتماعية وعوامل بيئية إلى جانب العوامل الاقتصادية ضمن استراتيجياتها (DUSUKI, DAR, 2007، 391-392).

وعلى العموم، فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الفكر الاقتصادي التقليدي هي الترجمة لمصطلح (La Responsabilité Sociale des Entreprise/ The Corporate Social Responsibility) واختصارها (RSE/ CSR)، عرّفها (بيتر دراكر) (Peter Drucker) بأنها التزام المؤسسات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه (السحبياني، 2009، 4)؛ وعرّفها اللجنة الأوروبية بأنها قيام المؤسسات من خلالها بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية مع نشاطاتها الأساسية، وبما يتيح التفاعل بين أصحاب المصالح معها وذلك على أساس طوعي (CROWTHER, ARAS, 2008، 11)؛ كما عرّفها البنك الدولي على أنها تعهد المؤسسات بالإسهام في التنمية المستدامة، والتعامل مع العاملين وممثليها والمجتمع المحلي بشكل طوعي، بغية تحسين جودة الحياة بأسلوب يعود بالفائدة على الشركة والتنمية (بيطار، فرحات، 2012، 41)؛ وقد عرّفها (المنظمة الدولية للتقييس) (ISO) بأنها مسؤولية المؤسسات تجاه آثار قراراتها على المجتمع والبيئة، مما يؤدي إلى سلوك أخلاقي وشفاف يسهم في تحقيق التنمية المستدامة، بما في ذلك من ضمان صحة ورفاهية المجتمع، ويأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح، كما يحترم القوانين والمعايير الدولية، ويندرج ضمن المؤسسات ككل مع مختلف قراراتها التنفيذية (VALLAEYS, 2011، 74- 84).

فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إذن هي ممارسة المؤسسات لنشاطاتها مع مراعاتها للجوانب الاجتماعية والأخلاقية والبيئية والقانونية دون إهمالها لأهدافها الربحية، بما يعود بالنفع على جميع أصحاب المصالح، وبما يسمح بالمشاركة في تحقيق التنمية المستدامة.

أما أصول مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الفكر الاقتصادي الإسلامي فتعود إلى نظرة الفكر الإسلامي الشاملة للنشاطات الاقتصادية، والتي تجمع الجوانب المادية بالجوانب الاجتماعية والخلفية والشرعية، ذلك أنها تقوم على ضرورة توفير متطلبات المجتمع الحالية والمستقبلية، مع ضمان حقوق الأجيال الأخرى (يحياوي، عاقل، 2011، 3- 4)؛ كما أنها تقوم على مجموعة من العلاقات التي يمثل فيها الفرد المحور الأساسي، وتظهر هذه العلاقات في (دراجي، 2012، 10- 11، YUSUF, BIN BAHARI, 2011، 9).

رأسة يوسف محمد وين بحاري زكرياء -YUSUF Muham-
:mad and BIN BAHARI Zakaria 2011

هدف الباحثان من خلال دراستهما إلى دراسة معيار وأداة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة مع التطبيق على البنك الإسلامي الإندونيسي؛ وقد توصلوا إلى أنه يوجد ستة معايير للمسؤولية الاجتماعية تقوم عليها المصارف الإسلامية المسؤولة اجتماعياً، وتتمثل في معيار الأحكام الشرعية ومعيار المساواة ومعيار المسؤولية في العمل ومعيار الصالح العام أو الرفاه الاجتماعي ومعيار الاستدامة البيئية ومعيار الإحسان، كما توصلوا أيضاً إلى أن تطبيق البنك الإسلامي الإندونيسي للمسؤولية الاجتماعية يقوم على النهوض بالاقتصاد في المجتمع ولا يهتم فقط بمصالح حاملي الأسهم.

دراسة زبير عمر وآخرون 2012 ZUBAIRU Umaru et.al

تناول الباحثون في دراستهم تقييم مدى الانصاح عن الممارسات الاجتماعية لأربعة مصارف إسلامية بالملكة العربية السعودية، وذلك من خلال الاعتماد على تقاريرها السنوية خلال سنتي (2008 - 2009)؛ وقد توصلوا إلى أن هناك تقصيراً في الإفصاح عن الممارسات الاجتماعية للمصارف السعودية محل الدراسة، خاصة فيما يتعلق بالالتزامات تجاه البيئة، والمجتمع من حيث الزكاة والقروض الحسنة، والعملاء من حيث المنتجات والخدمات.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن دراستنا هذه ستميز عن غيرها من الدراسات السابقة في عينة المصارف الإسلامية محل الدراسة، إذ ستجري الدراسة التطبيقية على تسعة مصارف إسلامية من تسعة دول مختلفة منها الإسلامية وغير الإسلامية، كما أننا سنعمل من خلال دراستنا هذه على اقتراح مؤشر خاص يمكننا من قياس ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، على غرار (مؤشر الهوية الأخلاقية) المعتمد في بعض من الدراسات السابقة، إذ سنضع معايير خاصة بأصحاب المصالح المعنية بالمسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، وعلى أساسها سنخرج بقيم المؤشر الذي أسميناه (مؤشر الهوية الاجتماعية).

أولاً: الإطار النظري للدراسة

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الفكر الاقتصادي التقليدي والفكر الاقتصادي الإسلامي:

تعود الجذور التاريخية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الفكر الاقتصادي التقليدي إلى أوائل القرن الثامن عشر من خلال أفكار آدم سميث، والذي كان يرى أن جميع المؤسسات تسعى لتقديم أفضل الخدمات للمجتمع وتحقيق أعلى ما يمكن من الأرباح، وبما ينسجم مع الضوابط القانونية والأخلاقية، ثم جرى حصر مفهومها فيما تقدمه المؤسسات من سلع وخدمات والتي تُعدّ منفعة بحد ذاتها، وأن تعظيم الأرباح هو تحقيق الاستجابة لحاجات المجتمع (البكري، 2001، 34- 35)، وهي من الأفكار التي ظهرت عقب الثورة الصناعية منذ سنة 1770؛ أما ظهوره كمصطلح فيعود إلى سنة 1923 مع صدور كتاب (أوليفر شيلدون) Oliver Sheldon 1894-1951: يعد من بين الرواد الذين أسهموا في توضيح علم الإدارة وإرساء قواعده وأسسها) والذي يحمل عنوان (فلسفة الإدارة)

المُوصلة لذلك، بهدف رضا الله سبحانه وتعالى والمساهمة في إيجاد التكافل والتعاون والتقدم والوعي الاجتماعي وفي تحقيق التنمية الشاملة) (عياش، 2010، 78).

3- معايير ممارسات المصارف الإسلامية لمسؤوليتها الاجتماعية:

لقد ظهر الإدراك العام بضرورة التزام المؤسسات في ممارساتها بالمسؤولية الاجتماعية منذ القدم، كما جرى التأكيد على ذلك في مختلف المحافل الدولية، كانعقاد قمة الأرض الخاصة بالبيئة سنة 1992، وانهقاد المنتدى الاقتصادي العالمي سنة 1999، وكذا انعقاد القمة العالمية الخاصة بالتنمية المستدامة 2002، والتي خرجت بأهم مبادئ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، التي تنص على ضرورة احترام مختلف أصحاب مصالحها، بما يوازن في تحقيق النفع لهم.

وموازية مع ذلك، وعلى اعتبار أن المصارف الإسلامية المسؤولية اجتماعيا من شأنها تحقيق العلاقات الثلاثة التي يقوم عليها مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الفكر الإسلامي، والمتعلقة بالعلاقة بين الفرد وخالقه وبين الأفراد فيما بينهم وبين الفرد والبيئة، يمكن وضع معايير أداء المصارف الإسلامية لمسؤوليتها الاجتماعية، وبما يتناسب مع خصوصيتها فيما يلي (YUSUF, BIN BAHARI, 2011, 11- 12):

أ. العمل وفق الأصول الشرعية: وذلك من خلال الالتزام بتطبيق المبادئ الأخلاقية للاقتصاد الإسلامي في مختلف معاملاتها التمويلية والاستثمارية، وفي تحقيق أرباحها واستقطاب المتعاملين معها...

ب. المساواة: ويتحقق ذلك من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية دون تمييز في خدمة وإتاحة الفرص بين المتعاملين.

ج. مسؤولية العمل: ويتجسد ذلك من خلال الالتزام بالقيم الأخلاقية كالثقة والوفاء والشفافية والنزاهة واحترام القوانين.

د. توفير الرعاية للموظفين: وذلك بعدم تجاوز ساعات العمل الخاصة بهم، وتوفير الراحة وضمان التدريب والتأمين لهم، مع تخصيص الأجور المناسبة والمكافآت المستحقة لهم.

هـ. الاستدامة البيئية: ويظهر ذلك من خلال الدخول في استثمارات غير مُضرة بالبيئة، وكذا المشاركة في حماية البيئة مع توعية الموظفين حول أمور رعاية البيئة.

و. المشاركة في الأعمال الخيرية: كجمع وتوزيع التبرعات والمساعدة في البرامج التعليمية الموجهة للفقراء والمحتاجين...؛ هذا وقد أصدرت هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية مجموعة من الضوابط الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والمتعلقة بـ: (سلوكيات المسؤولية الاجتماعية المؤسسية والإفصاح عنها في المؤسسات المالية الإسلامية).

4- أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية ومجالاتها:

هناك من يُصنّف أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى خمسة أبعاد وهي البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي والبعد الخيري وبعد أصحاب المصالح، وهناك من يصنفها إلى

أ. علاقة الفرد بخالقه: وهو ما يُجسد الجانب الإيماني فلا يمكن أن تكون بين الإنسان وربّه علاقة مادية بحتة:

ب. علاقات الأفراد بعضهم ببعض: وهو ما يُجسد الجوانب الاجتماعية والأخلاقية في التعاملات، فالفرد لا يستطيع إشباع حاجاته إلا من خلال أعمال الآخرين، ومن هنا فإن الكُل مُكَمَّل وبالتالي فالإنتاج هو عملية اجتماعية بين الفرد والمجتمع، فالفرد ينتج له ولغيره ليحافظ على التماسك الاجتماعي والعدالة الاجتماعية:

ج. علاقة الفرد بالطبيعة: إن الفرد بحاجة للطبيعة لتلبية حاجياته، والطبيعة بحاجة لهذا الفرد لأنها تحتاج إلى من يُنظفها ويزرعها ولا يُتلف خيراتها لتحافظ على توازنها؛ وإذا تمعنا في تطور الاقتصاد الإسلامي نجد أنه اعتمد على التطور الزراعي وما له من دور كبير في زيادة موارد الخراج، نتيجة زيادة مردود إنتاج الأرض وتطوير أساليب الري وإصلاح الأراضي، إلى جانب الاعتماد على التبادل التجاري.

كما أنه في ظل الاقتصاد الإسلامي يُنظر للمؤسسات على أنها أشخاص معنوية، تقوم على مبادئه الأخلاقية والتي تسعى من خلالها إلى تحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية، دون إضرار بجميع من تربطهم علاقة بها بما يسمح بتحقيق التوازن بينها(صكاك، 2010 - 2011، 36)؛ وهذا ما يبرز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الاقتصاد الإسلامي.

هذا، وقد تعددت الآراء الفكرية حول تعريف المسؤولية الاجتماعية، لاختلاف الاتجاهات حول تصنيفها ضمن مواضيع علم الاجتماع أو علم الأخلاق أو أنها من المسائل القانونية، إلا أن هناك تعريفا يُظهر الجانب الاقتصادي لها في الفكر الإسلامي، وهو اعتبار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ظاهرة اجتماعية تُعنى بالترام المؤسسات بالمشاركة في الأعمال التي تعود بالنفع على مختلف الأطراف التي لها علاقة بها عند ممارسة نشاطاتها، نتيجة التكليف الذي ارتضته في ضوء المبادئ الأخلاقية للاقتصاد الإسلامي، بهدف النهوض بالمجتمع الإسلامي بمراعاة عناصر المرونة والاستطاعة والشمول والعدالة (المغربي، 1996، 17 - 21).

2- تعريف المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية:

على غرار تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتغير وجهات النظر حول المصارف التقليدية من كونها مؤسسات مالية تسعى لتحقيق أهداف ربحية فقط، إذ أصبحت هي الأخرى مطالبة بأداء مسؤوليتها الاجتماعية، نجد أن المصارف الإسلامية قامت في بداية نشأتها على ضرورة أدائها لدور اجتماعي في إطار قيامها بممارساتها المصرفية، بما يسمح بتحقيق التنمية الاجتماعية وربطها بالتنمية الاقتصادية، وذلك ما يُجسد فكرة المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية.

هذا، ويُعرّف البعض المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية على أنها (التزام تعبدية أخلاقي يقوم على إثره القائمون على إدارة المصارف الإسلامية بالمساهمة في تكوين وتحسين وحماية رفاهية المجتمع ككل، ورعاية المصالح والأهداف الاجتماعية لأفراده عبر صياغة الإجراءات وتفعيل الطرق والأساليب

- المساهمة في التخفيف من المشكلات الاجتماعية كالفقر والبطالة بتوفير فرص العمل.
- قبول أموال التبرعات والصدقات وتسهيل وصولها لمستحقيها.
- القيام بالأعمال الخيرية.
- تنمية الوعي الادخاري لأفراد المجتمع، من خلال تشجيع المدخرات الصغيرة وتنظيم المدخرات الكبيرة في المجالات المفيدة للمجتمع اقتصاديا واجتماعيا.
- تقديم مجموعة من أساليب التمويل القائمة على المشاركة في الربح والخسارة.
- تفعيل منح القروض الحسنة وتحصيل وإنفاق الزكاة وكذا تشجيع الوقف.
- المساهمة في نشر الوعي الثقافي المصرفي الإسلامي، وذلك من خلال إصدار الكتب والمراجع والنشرات المصرفية المفيدة، وكذا إقامة الندوات والمؤتمرات.
- ت. مجالات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية تجاه العملاء:
- يُمكن حصر مجالات المسؤولية الاجتماعية تجاه عملاء المصارف الإسلامية فيما يلي (القاضي، 2010، 23 - 24؛ عياش، 2010، 108؛ المغربي، 1996، 53):
- تيسير إجراءات تقديم الخدمات.
- بث الثقة عند العملاء في تصميم وجودة الخدمات المقدمة.
- تقديم الخدمة في الوقت والمكان المناسب لهم.
- القيام بالدراسات التسويقية لتحديد احتياجات العملاء.
- العمل على تحقيق رضا المودعين من العائد المحقق.
- الاهتمام بشكاوي العملاء والرد عليها وكذا الاهتمام بمقترحات وآراء العملاء.
- الالتزام بأخلاقيات التعامل مع العملاء.
- الحفاظ على شرعية وسلامة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
- شرح وتوضيح شروط التعامل مع المصارف الإسلامية وتحديد العوائد بوضوح، وهو ما يبرز أهمية التزامها بالحوكمة في هذا المجال.
- شرح الخدمات المصرفية للمصارف الإسلامية والقيام ببرامج إعلامية تُعرّف العملاء بها؛
- إبراز المنافع الخاصة في التعامل مع المصارف الإسلامية.
- ث. مجالات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية تجاه الموارد البشرية:
- يُمكن إبراز أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية تجاه موارد البشرية، فيما يلي (القاضي، 2010، 23؛ عياش، 2010، 107 - 108؛ المغربي، 1996، 52 - 53):

أربعة أبعاد والمتمثلة في البعد الاقتصادي والبعد القانوني والبعد الأخلاقي والبعد الخيري، إلا أن هناك من يفضل ويؤيد الأبعاد الثلاثة للمسؤولية الاجتماعية والمرتبطة بالبعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي الذي يندرج ضمنه البعد الخيري، إلى جانب البعد البيئي، أما البعد الأخلاقي فيندرج ضمن كل بعد من هذه الأبعاد الثلاثة ولا ينفصل عنها.

وبالنسبة لمجالات المسؤولية الاجتماعية، فغالبا ما يجري حصرها في الأعمال الخيرية، وهذا ما لا يعكس المفهوم الواسع للمسؤولية الاجتماعية، إذ أنه يشتمل على العديد من المجالات التي تُراعي حقوق أصحاب المصالح، وما يستدعيه ذلك من الالتزام بالأنظمة والقوانين المتبعة والجوانب الصحية والبيئية ومراعاة حقوق الإنسان وتطوير المجتمع المحلي دون إهمال لتحقيق الربح المادي... (يوسف، 2010، 30).

وعلى ذلك، يمكن حصر أهم أصحاب المصالح المعنية بالمسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية في كل من المساهمين والمجتمع والموارد البشرية والعملاء والبيئة؛ إذ يعكس المساهمين البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، ويعكس كلا من المجتمع والموارد البشرية والعملاء البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية، وتعكس البيئة البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية؛ ويظهر البعد الأخلاقي في معظم الممارسات الأخلاقية التي تتعلق بأصحاب المصالح هذه أو بنشاط المصارف الإسلامية عامة، ويُمكن توضيح مجالات المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب مصالحها المعنية فيما يلي:

أ. مجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية تجاه المساهمين:

يُعتبر المساهمين من بين أصحاب المصالح الذين ينبغي مراعاتهم في إطار البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، ويُمكن إظهار أهم المجالات المتعلقة بهم فيما يلي (المغربي، 1996، 51 - 52):

- العمل على تنمية حقوق الملكية باستمرار.
- تحقيق المركز التنافسي المناسب للمصرف الإسلامي.
- تطوير مجالات الاستثمار.
- الاهتمام بآراء ومقترحات المساهمين.
- رفع قيمة المصرف وبناء سمعة طيبة عليه.
- الاهتمام بصورة المصرف لدى المجتمع.

ب. مجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية تجاه المجتمع:

يمكن إظهار أبرز مجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية تجاه المجتمع فيما يلي (حفيظ، 2011، 5؛ عياش، 2010، 108 - 109؛ المغربي، 1996، 53 - 54):

- المساهمة في توفير الحاجات الأساسية للمجتمع ومراعاة ذلك في إنتاج واستيراد سلع معينة.
- الاهتمام بتحقيق التوازن في تمويل القطاعات الاقتصادية.

ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مع مراعاة خصوصية هذه المصارف في ما يلي:

- ربط الأداء البيئي برسالة المصرف
- عدم تمويل المشاريع التي قد تؤدي إلى الإضرار بالبيئة.
- المساهمة في النشاطات المخصصة لحماية البيئة.
- دعم المنظمات الخاصة بحماية البيئة.
- وجود مدونات أخلاقية خاصة بالبيئة.
- إشراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة.
- مكافآت وحوافز للعملاء المتميزين بالأنشطة البيئية.

ثانياً: الإطار التطبيقي للدراسة

1. عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من تسعة مصارف إسلامية متواجدة في تسعة دول، تتمثل في كل من الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين والكويت والمملكة العربية السعودية والأردن والسودان وماليزيا وبريطانيا، وقد جرى الحصول على البيانات المستعملة في الدراسة من التقارير السنوية لهذه المصارف، والتي تم تحميلها من مواقعها الإلكترونية؛ ويمكن إظهار هذه المصارف في الجدول التالي:

الجدول رقم (01)

عينة المصارف الإسلامية محل الدراسة

مقره	تاريخ تأسيسه	المصرف الإسلامي
- دبي (الإمارات العربية المتحدة)	1975	1. بنك دبي الإسلامي (DIB)
- الدوحة (قطر)	1982	2. مصرف قطر الإسلامي (QIB)
- المنامة (البحرين)	1979	3. بنك البحرين الإسلامي (BisB)
- الكويت (الكويت)	1977	4. بيت التمويل الكويتي (KFH)
- الرياض (المملكة العربية السعودية)	2006	5. مصرف الإنماء (alinma)
- عمان (الأردن)	1978	6. البنك الإسلامي الأردني (JIB)
- الخرطوم (السودان)	1977	7. بنك فيصل الإسلامي السوداني (fibsudan)
- كوالالمبور (ماليزيا)	1999	8. بنك معاملات ماليزيا (Bank Muamalat Malaysia muamalat)
- لندن (المملكة المتحدة)	2006	9. بنك لندن والشرق الأوسط (Bank of London and meadel east BLME)

المصدر: من إعداد الباحثة

(2007) (HANIFA Roszaini and HUDAUB Mohammad)؛ إذ هدفاً من خلاله إلى تقييم البعد الأخلاقي للمصارف الإسلامية، وذلك عن طريق تحديد 8 أبعاد أساسية تعكس الهوية الأخلاقية للمصارف الإسلامية من وجهة نظر الباحثين والتي تتمثل في: رؤية ورسالة المصرف، مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، المنتجات، الموظفون، المدينون، المجتمع، هيئة الرقابة الشرعية، كما حددا العناصر التي يجب الإفصاح عنها عن كل بعد في التقارير السنوية للمصارف الإسلامية؛ ومقارنتها بما يتم الإفصاح عنه فعلياً في التقارير السنوية للمصارف الإسلامية محل الدراسة.

- الاهتمام بأنظمة الأجور.
- وضع وتطوير أنظمة للحوافز والمكافآت.
- العدالة في إجراءات تعيين وإدارة والموارد البشرية، دون تمييز الجنس و/أو السن.
- توفير بيئة عمل ملائمة من حيث التجهيزات والمعدات.
- نشر روح الحوار المتبادل بين رؤساء المصارف الإسلامية ومواردها البشرية.
- إعداد وتنفيذ برامج الرعاية الصحية والسكنية والثقافية والعلمية للموارد البشرية.
- إدماج الموارد البشرية في صنع قرارات المصارف الإسلامية.
- تدريب وتأهيل الموارد البشرية مع ضمان تكافؤ الفرص في ذلك.

- الاهتمام بشكاوي الموارد البشرية لهذه المصارف.

ج. مجالات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية تجاه البيئة:

يُمكن استنتاج أهم المجالات التي تعكس ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية تجاه البيئة، من خلال مجالات

يظهر في الجدول السابق عينة المصارف الإسلامية محل الدراسة؛ إذ يتبن أن أقدم مصرف من عينة الدراسة يعود إلى سنة 1975، ويتمثل في (بنك دبي الإسلامي) بالإمارات العربية المتحدة، وأحدث مصرفين ضمن العينة يعود تأسيسهما إلى سنة 2006، ويتمثلان في كل من (بنك لندن والشرق الأوسط) بالمملكة المتحدة و(مصرف الإنماء) بالمملكة العربية السعودية.

2. أداة الدراسة:

سنعتمد في دراستنا هذه على (مؤشر الهوية الأخلاقية) (Ethical Identity Index: EII) الذي جرى وضعه من قِبَل الباحثين

الاجتماعية في المصارف الإسلامية، مع محافظتنا على طريقة القياس نفسها؛ حيث سنعمل على تحديد أبعاد وعناصر الإفصاح التي تتناسب مع أبعاد ومعايير ومجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، والتي ذكرناها سابقاً في الإطار النظري للدراسة، لتكون بذلك أهم أبعاد وعناصر الإفصاح التي تعكس ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، والتي ينبغي أن تظهر في التقارير السنوية لها، كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول رقم (02)

أبعاد وعناصر الإفصاح عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية في تقاريرها السنوية

عناصر الإفصاح عنه	البعد	عناصر الإفصاح عنه	البعد
- البنك مسؤولاً عن الزكاة؛ - المبلغ المدفوع عن الزكاة؛ - مصادر أموال الزكاة؛ - استخدامات / المستفيدين من الزكاة؛ - رصيد الزكاة غير الموزعة. - أسباب رصيد الزكاة؛ - وثائق صادرة عن الهيئة الشرعية خاصة بمصادر واستخدامات أموال الزكاة. - وثائق صادرة عن الهيئة الشرعية تثبت أن حساب الزكاة تمت وفقاً للمبادئ الشرعية. - الزكاة الواجب دفعها من قبل مجموع الأفراد. - مصادر أموال الصدقات والتبرعات. - استخدامات أموال الصدقات والتبرعات. - مصادر أموال القروض الحسنة. - استخدامات أموال القروض الحسنة. - السياسات المتعلقة بمنح القروض الحسنة. - توفير فرص عمل. - دعم المنظمات التي لها أهداف اجتماعية تعود على المجتمع. - المشاركة في النشاطات الحكومية الاجتماعية. - رعاية الأنشطة المقدمة للمجتمعات. - الالتزام بالدور الاجتماعي. - عقد مؤتمرات في الاقتصاد الإسلامي.		- الالتزام بالعمل ضمن المبادئ الشرعية. - الالتزام بتوفير عوائد في إطار مبادئ الشريعة الإسلامية. - التركيز على التوازن في مراعاة أصحاب المصالح. - التوجهات الحالية في توفير احتياجات المجتمع الإسلامي. - التوجهات المستقبلية في توفير احتياجات المجتمع الإسلامي. - الالتزام بالمشاركة في العمليات الاستثمارية المسموح بها. - الالتزام بالمشاركة في العمليات التمويلية المسموح بها.	1. الرؤية والرسالة
- لا مشاركة في الأنشطة غير المسموح بها. - المشاركة في الأنشطة غير المسموح بها. - سبب المشاركة في الأنشطة غير المسموح بها. - التعامل مع إيرادات الأنشطة غير المسموح بها. - تقديم المنتجات الجديدة. - الموافقة المسبقة من قبل هيئة الرقابة الشرعية؛ - الاعتماد على المبادئ الشرعية في الموافقة على المنتجات الجديدة. - تعريف المنتجات الجديدة؛ - المشاريع التمويلية العامة؛ - الأنشطة الاستثمارية العامة؛ - سياسة التمويل. - مبالغ الديون المشطوبة؛ - نوعية تمويلات الأنشطة عامة. - نوعية تمويلات الأنشطة تفصيلاً.	5. المجتمع	- أسماء أعضاء مجلس الإدارة؛ - مناصب أعضاء مجلس الإدارة. - صور خاصة بأعضاء مجلس الإدارة؛ - نبذة مختصرة عن أعضاء مجلس الإدارة. - حصص أعضاء مجلس الإدارة من أسهم المصرف. - وجود إدارات متعددة. - عدد أعضاء لجان المراجعة والتدقيق. - أسماء أعضاء فريق الإدارة التنفيذية. - مناصب أعضاء فريق الإدارة التنفيذية. - صور أعضاء فريق الإدارة التنفيذية. - موجز أو نبذة عن أعضاء فريق الإدارة التنفيذية.	2. مجلس الإدارة والتنفيذية
	6. العملاء		

عناصر الإفصاح عنه	البعد	عناصر الإفصاح عنه	البعد
- الاستماع وتقدير الموظفين.		- أسماء أعضاء هيئة الرقابة الشرعية.	
- عدد الموظفين.		- صور لأعضاء هيئة الرقابة الشرعية.	
- سياسة تكافؤ الفرص.		- تعويض الأعضاء.	
- رفاهية الموظفين.		- توقيع التقرير من قبل جميع أعضاء الهيئة.	
- التدريب: على الأحكام الشرعية.	7. الموارد البشرية	- عدد الاجتماعات المنعقدة من قبل الهيئة.	3. هيئة الرقابة الشرعية
- تدريب: الخاص والموظفين الجدد.		- فحص الهيئة لجميع المعاملات السابقة واللاحقة.	
- تدريب: على الممارسات المصرفية.		- فحص الهيئة لعينة من المعاملات السابقة واللاحقة.	
- تدريب: لأغراض أخرى.		- تقرير الهيئة عن المنتجات التي فيها خلل شرعي.	
- مكافأة الموظفين.		- توصيات الهيئة لتصحيح العيوب في المنتجات.	
		- الإجراءات المتخذة من قبل الهيئة لتصحيح العيوب في المنتجات.	
		- تقرير الهيئة عن توزيع الأرباح والخسائر وفقا للأحكام الشرعية.	
		- تنمية الأرباح.	
- المساهمة في الأنشطة المخصصة لحماية البيئة.		- تطوير مجالات الاستثمار.	
- المشاريع الممولة من قبل المصرف والتي قد تؤدي إلى الإضرار بالبيئة.		- الاهتمام بأراء ومقترحات المساهمين:	4.
- دعم المنظمات التي لها أهداف بيئية.	8. البيئة	- الالتزام بالحوكمة.	المساهمين
- ربط الأداء البيئي برسالة المصرف.		- السعي لرفع قيمة المصرف.	
		- الاهتمام بصورة المصرف لدى المجتمع.	

Source: observe: MAALI Bassam et.al, social reporting by Islamic banks, ABACUS, Accounting foundation, the university of Sydney, vol 42, n°2, 2006, p.278- 279; HANIFFA Roszaini, HUDAUB Mohammad, Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports, Journal of Business Ethics, Springer Science+ Business Media, Berlin, Germany, Vol.76, Issue.1, March 2007, p.112- 113; ZUBAIRU Umaru et.al, Evaluation of social reporting practices of Islamic banks in Saudi Arabia, electronic journal of business ethics and organization studies, vol.17, n°1, 2012, p.48- 50

كل سنة، وذلك لتحديد مدى الإفصاح عن الأبعاد الثمانية، من ثم سيتم احتساب قيمة مؤشر الهوية الاجتماعية لهذه المصارف عن كل بعد خلال السنوات المدروسة بنفس طريقة حساب (مؤشر الهوية للأخلاقية)، وذلك وفقا للعلاقة الحسابية التالية (HANIFA, HU-): (DAUB, 2007, 103- 104 ; ZUBAIRU et.al, 2012, 45

$$SII_y = X_y / X_j$$

حيث:

SII_y : مؤشر الهوية الاجتماعية للبنك (y).

X_y : عدد العناصر التي يفصح عنها المصرف (y) في إطار البعد (X).

X_j : العدد المثالي من العناصر التي ينبغي الإفصاح عنها في إطار البعد (X).

3. عرض نتائج:

يمكن عرض نتائج تحليل محتوى التقارير السنوية خلال السنوات المدروسة، ونتائج حساب قيم مؤشر الهوية الاجتماعية لعينة المصارف الإسلامية محل الدراسة في الجدول التالي:

يظهر من خلال الجدول السابق الأبعاد الثمانية الأساسية ومختلف العناصر التي تعكس ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، والتي ينبغي أن يتم مراعاة الإفصاح عنها في تقاريرها السنوية، إذ تعكس كلا من البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي، إلى جانب كل من البعد الأخلاقي والبعد الخيري؛ إذ نجد سبعة عناصر أساسية تُعبّر عن بعد رؤية ورسالة المصارف الإسلامية، ونجد أحد عشر عنصرا عن بعد مجلس الإدارة والإدارة العليا وكذلك عن بعد هيئة الرقابة الشرعية، ونجد عشرين عنصرا عن بعد المجتمع، كما نجد أربعة عشر عنصرا عن بعد العملاء، إلى جانب تسعة عناصر عن بعد الموارد البشرية في المصارف الإسلامية وأربعة عناصر عن بعد البيئة.

وعلى أساس هذه العناصر المتعلقة بكل بعد، سنعمل على تحليل محتوى التقارير السنوية لعينة المصارف الإسلامية محل الدراسة، وذلك لثلاث سنوات متتالية من 2013 إلى 2015 بهدف تقييم ممارساتها لمسئوليتها الاجتماعية، ومدى إفصاحها عن مختلف عناصر أبعاد الهوية الاجتماعية لها؛ إذ سنعطي قيمة 1 أو قيمة 0 لكل عنصر أفصح عنه أم لم يفصح عنه في التقارير السنوية لعينة المصارف الإسلامية محل الدراسة عن كل بعد في

جدول رقم (03)
قيم مؤشر التوعية الاجتماعية للمصارف الإسلامية محل الدراسة خلال الفترة (2013-2015)

بنك لندن والشرق الأوسط (BLME)	بنك معاملات ماليزيا (Muamalat)			بنك فيصل الإسلامي (fibsudan)			البنك الإسلامي الأردني (JIB)			مصرف الإيماء (alimma)			بيت التمويل الكويتي (KFH)			بنك البحرين الإسلامي (BisB)			مصرف قطر الإسلامي (QIB)			بنك دبي الإسلامي (DIB)		
	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013	EII _y 2015	EII _y 2014	EII _y 2013
0,85	0,71	0,71	1	1	1	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	1	1	1	0,85	0,85	0,85	0,86	0,86	0,86	0,71	0,71	0,71	0,71
0,75	0,95																							
0,81	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,91	1	0,54	0,54	0,63	0,90	0,90	0,90	1	1	0,90	0,82	0,82	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
0,36	0,36	0,36	0,54	0,54	0,54	0,36	0,54	0,54	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,54	0,54	0,63	0,45	0,45	0,36	0	0	0	0
0,36	0,54																							
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1																							
0,15	0,10	0,10	0,55	0,65	0,55	0,40	0,50	0,60	0,25	0,25	0,35	0,25	0,25	0,30	0,65	0,70	0,60	0,40	0,35	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
0,11	0,58																							
0,57	0,64	0,57	0,57	0,64	0,57	0,35	0,50	0,50	0,42	0,42	0,42	0,50	0,50	0,57	0,50	0,57	0,71	0,50	0,57	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,59	0,59																							
0,77	0,55	0,33	0,66	0,66	0,55	0,22	0,55	0,55	0,55	0,66	0,77	0,33	0,33	0,44	0,88	0,66	0,66	0,33	0,77	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11
0,55	0,62																							
0	0	0	0,25	0,25	0,25	0	0,25	0,25	0	0	0	0,25	0,25	0,25	0	0	0	0,25	0,25	0	0	0	0	0
0	0,25																							
0,52	0,67																							
متوسط EII _{y,xx}																							0,34	

المصدر: من إعداد الباحثة

* تشير إلى متوسط EIIy لكل مصرف عن كل بعد خلال السنوات الثلاثة. ** تشير إلى المتوسط الإجمالي لمجموع متوسطات EIIy لكل مصرف عن كل بعد خلال سنوات الدراسة الثلاثة.

حيث سُجّلت عنده قيمة 0,34 كأقل قيمة بالمتوسط الإجمالي لمجموع متوسطات مؤشر الهوية الاجتماعية لكل مصرف عن كل بعد خلال السنوات الثلاثة.

أما فيما يخصّ المصارف المتاح تقاريرها لسنتين فقط، وإذا أخذنا المتوسط الإجمالي لمجموع متوسطات مؤشر الهوية الاجتماعية لكل مصرف عن كل بعد خلال سنتين، نجد أن أعلى قيمة سُجّلت لدى (مصرف قطر الإسلامي) بقيمة 0,59، بينما سُجّلت أقل قيمة لدى (بنك فيصل الإسلامي السوداني) بقيمة 0,44.

5. مناقشة الفرضيات:

أ. يتضح من خلال الجدول رقم (03) تذبذب وتفاوت وانخفاض معظم قيم مؤشر الهوية الاجتماعية، وبخاصة ما يتصل ببعد (المجتمع)، و(الموارد البشرية) و(العملاء) والتي تعكس البعد الاجتماعي لممارسات المسؤولية الاجتماعية، وكذا بعد (البيئة) والتي تعكس البعد البيئي لممارسات المسؤولية الاجتماعية، إذا استثنينا قيم مؤشر الهوية الاجتماعية لبعد (المساهمين) والتي تعكس البعد الاقتصادي لممارسات المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى والمتعلقة بأنه (هناك تقصير في التزام المصارف الإسلامية بمسؤوليتها الاجتماعية):

ب. يعكس انخفاض معظم قيم مؤشر الهوية الاجتماعية على مستوى معظم المصارف الإسلامية محل الدراسة، نقص الإفصاح عن العناصر التي تعكس ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية والمحددة في الجدول رقم (02)، في حين أن مواقعها الإلكترونية تتيح معلومات إضافية من شأنها أن ترفع من قيم مؤشر هويتها الاجتماعية إذا ما أخذت بعين الاعتبار، وهو ما يؤدي إلى صحة الفرضية القائمة على أنه (لا تعكس المعلومات المفصّل عنها في التقارير السنوية للمصارف الإسلامية عن ممارساتها الفعلية لمسؤوليتها الاجتماعية).

الخاتمة:

لقد توصل الفكر الاقتصادي التقليدي إلى الخروج بمفهوم شامل يعكس مختلف الممارسات الأخلاقية والاجتماعية، كتعبير يعكس التزام المؤسسات بأداء دورها الاجتماعي إلى جانب دورها المالي من ثم دورها الاقتصادي ككل، وذلك تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، والتي أصبحت تُدرج ضمن استراتيجيات الأداء لمختلف المؤسسات الاقتصادية والمالية ومنها المصارف التقليدية؛ في حين نجد أن الفكر الاقتصادي الإسلامي اهتم بضرورة الالتزام بهذه المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما يظهر في المبادئ والمعايير التي سُطرت لتقوم عليه مختلف المؤسسات ومنها المصارف الإسلامية؛ وتعد هذه الدراسة بحثاً مهماً تسمح بفتح آفاق بحث أخرى لإيجاد الآليات والأساليب التي من شأنها تقويم وتفعيل ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية.

1- نتائج الدراسة:

خرجت الباحثة بمجموعة من النتائج على المستوى النظري وعلى المستوى التطبيقي، أهمها:

♦ لم يعد تقييم أداء المؤسسات وبناء سمعتها يعتمد على

يتّضح من خلال هذا الجدول نتائج حساب مؤشر الهوية الاجتماعية للمصارف الإسلامية وفقاً لتوافر تقاريرها السنوية خلال سنوات الدراسة: 2013، 2014، 2015؛ حيث نجد توافر التقارير السنوية للسنوات الثلاثة متاحة على مستوى سبعة مصارف من عينة الدراسة، والتي تظهر في كل من (بنك دبي الإسلامي) و(بنك البحرين الإسلامي) و(بيت التمويل الكويتي) و(مصرف الإنماء) و(البنك الأردني الإسلامي) و(بنك معاملات ماليزيا) و(بنك لندن والشرق الأوسط)، في حين نجد أن مصرفين من عينة الدراسة تقاريرها السنوية غير متاحة لسنة 2015، وذلك بالنسبة لكل من (مصرف قطر الإسلامي) و(بنك فيصل الإسلامي السوداني).

4. تحليل النتائج:

يظهر في الجدول السابق أن قيم مؤشر الهوية الاجتماعية متفاوتة من بعد إلى بعد آخر ومن مصرف إلى مصرف آخر، وتظهر أكثر الأبعاد إفصاحاً عنها في بعد (المساهمين)، إذ سُجّلت قيمة 1 كأعلى قيمة له بالمتوسط خلال السنوات الثلاثة، وذلك على مستوى جميع المصارف محل الدراسة التي توافرت تقاريرها السنوية لسنوات الدراسة الثلاثة والتي توافرت تقاريرها السنوية لسنتين فقط، ما يعكس عمل المصارف على الإفصاح عن جميع عناصر بعد (المساهمين) في تقاريرها السنوية، فقد تم الإفصاح عن عناصر البعد الستة خلال الفترة المدروسة، وهذا ما يعكس اهتمام المصارف بالبعد الاقتصادي لمسؤوليتها الاجتماعية.

بينما تظهر أقل الأبعاد إفصاحاً عنها في بعد (البيئة)، حيث سُجّلت قيمة 0 كأقل قيمة لمؤشر الهوية الاجتماعية بالمتوسط خلال السنوات الثلاثة وذلك على مستوى كل من (بنك دبي الإسلامي) و(بنك البحرين الإسلامي) و(مصرف الإنماء) و(بنك لندن والشرق الأوسط)، كما سُجّلت كذلك القيمة نفسها لدى (بنك فيصل الإسلامي السوداني) خلال سنتي 2013 و2014، وهو ما يعكس عدم عمل هذه المصارف على الإفصاح عن العناصر التي ينبغي الإفصاح عنها في إطار هذا البعد؛ كما يدل كذلك على عدم اهتمام هذه المصارف بالبعد البيئي لمسؤوليتها الاجتماعية، والتي أصبحت من الاهتمامات الاجتماعية والأخلاقية الحديثة لمختلف المؤسسات المصرفية والمالية والاقتصادية، والتي أولى لها الفكر الإسلامي كذلك عناية فائقة، وأكد على ضرورة الحفاظ عليها بحمايتها ورعايتها.

هذا، ويتضح من الجدول السابق كذلك أنه من بين المصارف الإسلامية السبعة المتاح تقاريرها السنوية لثلاث سنوات، نجد أن (بنك معاملات ماليزيا) أكثرها إفصاحاً عن ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية، حيث سُجّلت قيمة 0,67 كأعلى قيمة بالمتوسط الإجمالي لمجموع متوسطات مؤشر الهوية الاجتماعية لكل مصرف عن كل بعد خلال السنوات الثلاثة، يليه كل من (بنك البحرين الإسلامي) و(البنك الإسلامي الأردني)، فقد سُجّلت للمؤشر قيمة 0,65، ثم يأتي (بيت التمويل الكويتي) والذي سُجّلت على مستواه قيمة المؤشر بـ 0,60، من ثم يأتي (بنك لندن والشرق الأوسط) حيث أخذ المؤشر قيمة 0,52، وبعدها يأتي (مصرف الإنماء) والذي سُجّلت للمؤشر قيمة 0,48، في حين تظهر أقل المصارف إفصاحاً عن ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية في (بنك دبي الإسلامي)

الهوامش:

1. البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، عمان، دار وائل، ط1، 2001، ص34 - 35.
2. القاضي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية: مجالاتها- تأثيرها على الأداء، 2010، ص: 7، في الموقع الإلكتروني: www.eiod.org، [لوحظ في: 19/ 05/ 2013].
3. DUSUKI, DAR, Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy, 2007, p.391- 392, from the web- [site: www.kantakji.com, [Saw in: 28/01/2012
4. السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، مؤتمر القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، المعهد العربي للتخطيط، بيروت، 23 - 25 مارس 2009، ص4.
5. CROWTHER, ARAS, corporate social responsibility, UK, Ventus Publishing Aps, 1st edition, 2008, part 1, p.11
6. بيطار، فرحات، الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، ع6، نوفمبر 2012، ص41.
7. VALLAEYS, les fondements éthiques de la responsabilité sociale, thèse de doctorat non publiée, Université Paris Est Créteil, France, 2011, p.74- 84
8. يحيوي، عاقل، التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية من المنظور الإسلامي، ملتقى الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، جامعة غرداية، الجزائر، 23 - 24 فيفري 2011، ص3 - 4.
9. دراجي، التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الإسلامي، ملتقى سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 20 - 21 نوفمبر 2012، ص10 - 11.
10. YUSUF, BIN BAHARI, Islamic Corporate Social Responsibility in Islamic Banking, Towards Poverty Alleviation, Qatar National Convention Center - Doha, Qatar, 2011, p.9
11. صكاك، دور التدقيق الاجتماعي في بناء استراتيجية المؤسسة: دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية سطيف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف، 2010 - 2011، ص36.
12. المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص17 - 21.
13. عياش، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: طبيعتها وأهميتها، جدة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2010، ص78.

الجوانب الاقتصادية وما تُحققه من ربحية فقط، بل أصبح يرتكز كذلك على الجوانب الاجتماعية إلى جانب الاعتبارات الأخلاقية، وهو ما يعكس توجه الاقتصاد التقليدي نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

♦ تُعدُّ فكرة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مفهوماً متأصلاً في الفكر الاقتصادي الإسلامي، وذلك ما دلّت عليه مصادره الشرعية، والتي شكلت الركائز الأساسية والضوابط المعززة لهذا المفهوم، فقد ركّز الفكر الاقتصادي الإسلامي على ضرورة الأداء الاقتصادي دون إهمال للأداء الاجتماعي والأداء البيئي، لذلك نجد أنه سطر للمصارف الإسلامية منذ نشأتها بأن تعمل كمؤسسات مالية تجمع بين تحقيق أهداف اجتماعية إلى جانب تحقيق أهداف اقتصادية، وذلك ما يجسد فكرة المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية.

♦ يُعدُّ (مؤشر الهوية الاجتماعية) والذي استنتجناه من الدراسات التي وضعت (مؤشر الهوية الأخلاقية) بمثابة مقياس مهم، يسمح بقياس مدى التزام المصارف الإسلامية بالإفصاح عن ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية من خلال تقاريرها السنوية، ويتيح فرصة تقويم ذلك أيضاً.

♦ لقد تبين من خلال الدراسة التطبيقية وتحليل النتائج القياسية المتوصل إليها أنّ المصارف الإسلامية لا تولي اهتماماً كبيراً للإفصاح عن هويتها الاجتماعية، إذا استثنينا كلا من (بنك معاملات ماليزيا) و(بنك البحرين الإسلامي) وكذا (البنك الإسلامي الأردني)، حيث كانت النتائج الإجمالية لمؤشر الهوية الاجتماعية المسجلة فوق المتوسط عموماً، بينما تعتبر النتائج الاجتماعية لمؤشر الهوية الاجتماعية متوسطة على مستوى كل من (مصرف قطر الإسلامي) و(بيت التمويل الكويتي) و(مصرف الإنماء) و(بنك لندن والشرق الأوسط)، في حين يمكن اعتبار النتائج الإجمالية لمؤشر الهوية الاجتماعية ضعيفة جداً على مستوى كل من (بنك فيصل الإسلامي السوداني) و(بنك دبي الإسلامي).

2- توصيات الدراسة:

لعلّ من أهم التوصيات التي يمكن الخروج بها، على ضوء ما تمّ التوصل إليه من نتائج ما يأتي:

♦ ينبغي على المصارف الإسلامية إحياء دورها الاجتماعي الذي سطره لها المفكرون المؤسسون لها، والذي من شأنه دعم البعد الاجتماعي لمسؤوليتها الاجتماعية.

♦ يجب على المصارف الإسلامية ضرورة التزامها بالإفصاح عن مختلف البيانات والمعلومات التي تعكس فعلياً هويتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب مصالحها المعنية بذلك، خاصة ما يتعلق بالبعد الاجتماعي والبعد البيئي لمسؤوليتها الاجتماعية، والتي تشكل لها في الأساس ميزة تنافسية.

♦ ينبغي على المصارف الإسلامية التي حققت نتائج متوسطة ك(مصرف الإنماء)، والمصارف التي حققت نتائج ضعيفة ك(بنك دبي الإسلامي) أن تعمل على تقويم إفصاحها لممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية من خلال تقاريرها السنوية، بما يسمح لها بتحسين صورتها أمام المجتمع وبتعزيز مكانتها في السوق المصرفي، في ظل التنافسية الشديدة التي تفرضها عليها باقي المصارف الإسلامية الأخرى والمصارف التقليدية أيضاً.

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

1. البكري ثامر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، عمان، دار وائل، ط1، 2001.
2. بيطار منى، فرحات منى، الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، ع6، نوفمبر 2012.
3. حفيظ محمد، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في البنوك الإسلامية، ملتقى التمويل الإسلامي: فرص واسعة لمنطقة المغرب العربي، تونس، 5 - 6 جويلية 2011.
4. دراجي السعيد، التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الإسلامي، ملتقى سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 20 - 21 نوفمبر 2012.
5. السحيباني صالح، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، مؤتمر القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، المعهد العربي للتخطيط، بيروت، 23 - 25 مارس 2009.
6. صكاك مراد، دور التدقيق الاجتماعي في بناء استراتيجية المؤسسة، دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية سطيف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف، -2010 2011.
7. عياش محمد، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: طبيعتها وأهميتها، جدة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2010.
8. القاضي أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية: مجالاتها- تأثيرها على الأداء، 2010، ص: 23، في الموقع الإلكتروني: www.eiod.org، [لوحظ في: 19 / 05 / 2013].
9. المغربي عبد الحميد، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996.
10. يحيوي نعيمة، عاقلية فضيلة، التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية من المنظور الإسلامي، ملتقى الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، جامعة غرداية، الجزائر، 23 - 24 فيفري 2011.
11. يوسف محمد، إرشادات الحوكمة في البنوك طبقاً لأفضل الممارسات الدولية والإقليمية والمحلية، جمعية المحاسبين والمراجعين المصرية، القاهرة، مكتب جرانت ثورتون محمد هلال، 2010.

14. YUSUF, BIN BAHARI, Islamic Corporate Social Responsibility in Islamic Banking, Towards Poverty Alleviation, Qatar National Convention Center – Doha, Qatar, 2011, p.11- 12
15. يوسف، إرشادات الحوكمة في البنوك طبقاً لأفضل الممارسات الدولية والإقليمية والمحلية، جمعية المحاسبين والمراجعين المصرية، القاهرة، مكتب جرانت ثورتون محمد هلال، 2010، ص30.
16. المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص51 - 52.
17. حفيظ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في البنوك الإسلامية، ملتقى التمويل الإسلامي: فرص واسعة لمنطقة المغرب العربي، تونس، 5-6 جويلية 2011، ص5.
18. عياش، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: طبيعتها وأهميتها، جدة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2010، ص108 - 109.
19. المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص53 - 54.
20. القاضي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية: مجالاتها- تأثيرها على الأداء، 2010، ص: 23 - 24، في الموقع الإلكتروني: www.eiod.org، [لوحظ في: 19 / 05 / 2013].
21. عياش، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: طبيعتها وأهميتها، جدة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2010، ص108.
22. المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص53.
23. القاضي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية: مجالاتها- تأثيرها على الأداء، 2010، ص: 23، في الموقع الإلكتروني: www.eiod.org، [لوحظ في: 19 / 05 / 2013].
24. عياش، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية: طبيعتها وأهميتها، جدة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2010، ص107 - 108.
25. المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، القاهرة، المعهد العلمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص52 - 53.
26. HANIFFA, HUDAUB, Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports, Journal of Business Ethics, Springer Science+ Business Media, Berlin, Germany, Vol.76, Issue.1, March 2007, p.103 - 104
27. ZUBAIRU et.al, Evaluation of social reporting practices of Islamic banks in Saudi Arabia, electronic journal of business ethics and organization studies, vol.17, n°1, 2012, p.45

ثانياً المراجع الأجنبية:

1. CROWTHER David, ARAS Gyuler, *corporate social responsibility, UK, Ventus Publishing Aps, 1st edition, 2008, part1.*
2. DUSUKI Asyraf, DAR Humayon, *Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy, 2007, from the website: www.kantakji.com, [Saw in: 28/01/2012].*
3. HANIFFA Roszaini, HUDAUB Mohammad, *Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports, Journal of Business Ethics, Springer Science + Business Media, Berlin, Germany, Vol.76, Issue.1, March 2007.*
4. MAALI Bassam et.al, *social reporting by Islamic banks, ABACUS, Accounting foundation, the university of Sydney, vol 42, n°2, 2006.*
5. VALLAEYS François, *les fondements éthiques de la responsabilité sociale, thèse de doctorat non publiée, Université Paris Est Créteil, France, 2011.*
6. YUSUF Muhammad, BIN BAHARI Zakaria, *Islamic Corporate Social Responsibility in Islamic Banking, Towards Poverty Alleviation, Qatar National Convention Center – Doha, Qatar, 2011.*
7. ZUBAIRU Umaru et.al, *Evaluation of social reporting practices of Islamic banks in Saudi Arabia, electronic journal of business ethics and organization studies, vol.17, n°1, 2012.*