



جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز  
الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها  
(بنك فلسطين والبنك العربي في محافظة جنين نموذجاً)

إعداد

ساجدة بهجت محمد شعبان

إشراف

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2024

دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز  
الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها  
(بنك فلسطين والبنك العربي في محافظة جنين نموذجاً)

إعداد

ساجدة بهجت محمد شعبان

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/10/10 م، وأجيزت:

  
التوقيع  
  
التوقيع  
  
التوقيع

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

المشرف الرئيسي

د. علي القضاة

الممتحن الخارجي

د. أمجد شحادة

الممتحن الداخلي

## الإهداء

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾ [التوبة: 105]

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك..

ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك..

ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار.. إلى من علمني العطاء دون انتظار.. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار.. أرجو من الله أن يمن عليك بالصحة وطوله العمر وستبقى كلماتك نجوماً أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد والدي العزيز الحاج بهجت شعبان

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني إلى بسملة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أُمي الحبيبة

إلى الذين هم ملاذي ورمز فخري واعتزازي فأنا منهم وهم مني.. أخوتي وأخواتي الأعزاء

إلى فرحة عمري وسعادة حياتي وقلدة كبدي وأجمل عطايا الرحمن.. ابني مجد

إلى تفاحة القلب وريحانة العين ثمرة فؤادي وأميرة قلبي وأنيسة وحدتي قرّة عيني ابنتي آيلا

إليك أيضاً زوجي العزيز شريك حياتي والداعم الأكبر في كل شيء ورفيق الكفاح في مسيرة الحياة، محمد..

أهديكم هذا العمل المتواضع راجياً من الله تعالى أن يمدنا بعونه وتوفيقه

## الشكر

"تعلم فليس المرء يولد عالماً... وليس أخو علم كمن هو جاهل".

إن الحمد لله نحمده سبحانه وتعالى حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، فقد سدد الخُطى وشرح الصدر ويسر الأمر فله الحمد كله وإليه يعود الفضل كله، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم النبي الأمين الذي بعث في الأمين رسولاً يهديهم إلى سبيل الرشاد والنور.

لا يسعني بعد أن وفقني الله سبحانه وتعالى في اتمام هذا العمل المتواضع إلا أن أحرَّ ساجدة لله عز وجل، اعترافاً بفضل علي، حامدةً له نعمه علي، راجيةً عفوه ومغفرته وهدايته وتوفيقه.

وأتوجه بالشكر وخالص التقدير إلى من كان سبباً في هذا النجاح، من ساندني وأمسك بيدي ودفعني للاستمرار بالتحفيز والتشجيع، إلى الدكتور الفاضل فريد أبوضهير، صاحب الفضل في توجيهي، ومساعدتي في تجميع المادة البحثية لتخرج هذه الرسالة إلى النور، فجزاه الله كل خير.

وأتوجه بالشكر إلى من يحملون أعظم رسالة، من يبذلون كل ما في وسعهم لإضاءة منارات عقولنا، إلى أساتذتي الأفاضل الذين ساندوني في التحكيم وساهموا في دعم هذا الإنتاج البحثي، ولم يبخلوا علي بأي نصح، أو ارشاد لإنجاز هذا العمل المتواضع، ولا يفوتني أن أشكر موظفي البنك العربي وبنك فلسطين على تعاونهم معي.

إلى الزميلات والزملاء الذين زرعوها في دربي روح المبادرة وطاقة الأمل.

## الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

### دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها (بنك فلسطين والبنك العربي في محافظة جنين نموذجاً)

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: ساجدة بهجت محمد شعبان

التوقيع: ساجدة شعبان

التاريخ: 2024/10/10

## جدول المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر
هـ	الإقرار
و	جدول المحتويات
ط	فهرس الجداول
ل	فهرس الملاحق
م	الملخص
1	الفصل الأول: المقدمة والإطار المنهجي
1.1	مقدمة
1.2	مشكلة الدراسة
1.3	أسئلة الدراسة
1.4	فرضية الدراسة
1.5	أهداف الدراسة
1.6	أهمية الدراسة
1.6.1	الأهمية النظرية
1.6.2	الأهمية التطبيقية
1.7	أداة الدراسة
1.8	حدود الدراسة
1.9	مصطلحات الدراسة
11	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

11	2.1 مقدمة
13	2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات
15	2.3 العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين والبنك العربي:
15	2.3.1 أولاً: العلاقات العامة
18	2.3.2 ثانياً: الصورة الذهنية
18	2.3.2 ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية
21	2.3.3 رابعاً: الأنشطة الإنسانية
25	2.3.4 خامساً: بنك فلسطين والمجتمع الفلسطيني
28	2.3.5 سادساً: البنك العربي
32	2.4 مقارنة بين البنك العربي وبنك فلسطين
32	2.5 الدراسات السابقة
40	2.6 التعقيب على الدراسات السابقة
42	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
42	3.1 منهجية الدراسة
42	3.2 مجتمع الدراسة وعيّنتها
44	3.3 أداة الدراسة (الاستبانة)
44	3.4 صدق مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية
46	3.5 ثبات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية
47	3.6 تصحيح مقياس الدراسة
48	3.7 متغيرات الدراسة
48	3.8 إجراءات تنفيذ الاستبانة

49.....	3.9 المعالجات الإحصائية.....
51.....	الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة.....
51.....	4.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة.....
51.....	4.1.1 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول.....
53.....	4.1.2 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني.....
55.....	4.1.3 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث.....
57.....	4.1.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع.....
59.....	4.1.5 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس.....
62.....	4.2 النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة.....
62.....	4.2.1 النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى.....
63.....	4.2.2 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية.....
65.....	4.2.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة.....
65.....	4.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة.....
66.....	4.2.5 النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة.....
68.....	4.2.6 النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة.....
69.....	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات.....
69.....	5.1 مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة.....
75.....	5.2 مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة.....
79.....	5.3 التوصيات.....
80.....	المصادر والمراجع.....
88.....	الملاحق.....
B.....	Abstract.....

## فهرس الجداول

- جدول 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الخصائص الديمغرافية (التعريفية) بالموظفين .....43
- جدول 2: قيم معاملات ارتباط فقرات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية بالمجال الذي تنتمي إليه، وكذلك قيم معاملات ارتباط كل مجال، مع الدرجة الكلية للمقياس (ن=20).....45
- جدول 3: قيم معاملات ثبات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية بطريقة كرونباخ ألفا 46
- جدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والعربي في تعزيز الصورة .....52
- جدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها .....54
- جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي .....56
- جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية .....58
- جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها .....60
- جدول 9: يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي .....62
- جدول 10: المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في تظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير العمر .....63

جدول 11: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية لدور العلاقات

العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العاملين فيها تبعاً لمتغير العمر ..... 99

جدول 12: نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات

العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر ..... 99

جدول 13: يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف

الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى

إلى متغير المستوى التعليمي ..... 100

جدول 14: يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف

الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى

إلى متغير الحالة الاجتماعية ..... 100

جدول 15: المُتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في

تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير مكان الإقامة

..... 100

جدول 16: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية لدور العلاقات

العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العاملين فيها تبعاً لمتغير مكان الإقامة ..... 101

جدول 17: نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات

العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة ..... 101

جدول 18 : يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف

الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى

إلى متغير البنك الذي تعمل به..... 101

## فهرس الملاحق

88	ملحق (أ): محكمو الاستبانة.....
89	ملحق (ب): الاستبانة.....
99	ملحق (ج): الجداول.....

## دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك

### الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها

إعداد

ساجدة شعبان

إشراف

د. فريد أبوضهير

### الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها: البنك العربي وبنك فلسطين نموذجاً، في محافظة جنين، حيث استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة، والتي وُزعت على جميع الموظفين باتباع أسلوب المسح الشامل، حيث بلغ عدد المبحوثين الكلي (127)، فيما بلغ عدد الاستبانات المستردة (92). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: أن ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والبنك العربي في تعزيز الصورة الذهنية يأخذ بعين الاعتبار الاهتمام بصحة العاملين بنسبة (4.25)، وتوفير التأمين الصحي لهم عند تنفيذ الأنشطة والبرامج المختلفة بنسبة أكبر من دعم القطاع الصحي بنسبة (3.71)، وتظهر فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من خلال مشاركة البنك في الحفلات الخيرية، وأن من وجهة نظر الموظفين تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي على التوالي يراعي المعايير الأخلاقية: السلوك الحسن، العدل، التعامل بلطف، لما يقدمه للزبائن عن خدماته الإنسانية، ومن أهم الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية هو تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور. أما أبرز التحديات والعقبات من وجهة نظر الموظفين التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها أنها لا تمتلك صلاحيات تنفيذ الأنشطة

الإنسانية، في حين من أبرز التحديات في البنك العربي انه لا يسمح الهيكل التنظيمي للبنك بقيام العلاقات العامة من أداء الأنشطة الإنسانية بكفاءة وفاعلية.

**الكلمات المفتاحية:** الدور، العلاقات العامة، الأنشطة الإنسانية، تعزيز الصورة الذهنية، البنوك الفلسطينية.

## الفصل الأول

### المقدمة والإطار المنهجي

#### 1.1 مقدمة

أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الحديثة المهمة التي تستدعي الاهتمام الكبير من قبل المنظمات والمؤسسات الاقتصادية. فقد تزايدت المؤسسات الاقتصادية في القطاع الخاص، وتزايد حجمها، وارتفعت عائداتها، وتزايدت مسؤولياتها الاجتماعية من حيث دورها وإسهامها في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته، والمشاركة في مواجهة التحديات التي تواجهه. فلم يعد أداء المؤسسات مقتصرًا على الجانب الاقتصادي (التجاري والصناعي والتكنولوجي)، بل أضحت للدور الاجتماعي للمؤسسة دوراً جوهرياً في محاولة الوصول إلى نقطة التوازن بين أهدافها وأهداف المجتمع واحتياجاته. فالمسؤولية الاجتماعية تستند على إقامة هذا التوازن في إطار إدارة التسويق وتحديد دوره الاستراتيجي للمؤسسة التي تسعى لتحقيق التوازن بين أرباحها من جهة، ورفاهية المجتمع وحاجات المستهلك وطلباته من جهة أخرى (زريقات، 2013).

وفي ظل تحمّل القطاع الخاص مسؤولية رئيسية في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، وتزايد الدور الذي يقوم به هذا القطاع، فقد أدى ذلك إلى أن تصبح تلك المؤسسات هي المسؤولة عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها بصورة أساسية. فأصبحت المسؤولية الاجتماعية برنامجاً رئيسياً من برامج الكثير من المؤسسات، ووصلت في أهميتها لدى كثير من المؤسسات إلى المساواة مع البرامج الاقتصادية الأخرى (Quairel & Lanoizele, 2010).

وتسهم منظمات الأعمال في تطوير المجتمع والاهتمام بمتطلباته، فقد توسع الدور الاجتماعي لمنظمات الأعمال، لتشمل دائرة أوسع من مجرد جمهورها المباشر (كالمالكين والمساهمين) وأكثر من خدمة مصالحها الذاتية المتمثلة في تحقيق الأرباح وترسيخ مكانتها في الأسواق. وأصبحت المنظمات المعاصرة تتنافس في

استحداث الأفكار وتوظيف الأدوات بناء على اعتبارات تطور بيئة عمله وتجدها. لذا، تسعى هذه المؤسسات إلى تحقيق الرفاه الاجتماعي وتحسين مستوى الحياة للمجتمع بشرائحه المختلفة كي تصبح في الصدارة في مجتمعها المحلي (الغالبي و العامري، 2005).

ففي ظل التغيرات التي يشهدها العالم على المستوى الاقتصادي، وتأثيرات اقتصاد المعرفة الحديث، أصبحت المعلومات والأبحاث أهم مصدر للميزة التنافسية لمشاريع تلك المؤسسات، وبدأ الاهتمام بدراسات مفهوم الأنشطة الإنسانية وتطبيقاته بالانتساع يوماً بعد يوم، حيث إن الاهتمام بعامل الإبداع التكنولوجي له أهمية بالربط بين مستوى القوى العاملة ومستوى العلم والمعرفة. ويعكس مستوى تقدم أنشطة البحوث والتطور ومواكبة التكنولوجيا للتكيف مع متغيرات البيئة المحيطة، وعدم إغفال ضرورة التهيؤ للتكنولوجيات المعاصرة المتوقعة في المستقبل (النمروطي، 2012).

ومما لا شك فيه أن أحداث الحياة تنعكس بتحدياتها ومشكلاتها على جميع جوانب شخصية الفرد. وبما أن الفرد كائن اجتماعي بطبيعته، فهو يظل مشروع وجود لا يتحقق إلا من خلال علاقته بالآخرين وعلاقة الآخرين به، الذي يعطي له تصريح مرور إلى عالم الأسوياء، ويشكل ملامحه الأساسية (كردي، 2010).

لذلك، فإن الأنشطة الاجتماعية تندمج مع كل جانب من جوانب حياة الإنسان، وتلعب دوراً مؤثراً في مختلف تفاصيل حياته المختلفة ومراحلها. فالمهارات الاجتماعية تتمثل في المقدرة على إدارة التفاعل بإيجابية مع الآخرين، وحسن التعبير عن الأحاسيس الإيجابية والسلبية وضبط الإنفعالات في المواقف الاجتماعية، والتفاعل مع أحاسيس الآخرين ومشاعرهم وحسن التصرف بما يناسب الموقف (عطار، 2007).

من هنا، تهدف الإدارة في المؤسسات لتحقيق التطور في العلاقات بينها وبين الموظفين لتأكيد استمرار التزام القوى العاملة بالعمل وتحقيق الأهداف، ولتحقيق رضاهم الوظيفي وتنمية الدوافع لديهم لبذل مزيد من الجهد في العمل والإنجاز ورفع مستوى الأداء. وقد أصبح تحقيق الرضا في العمل من الوسائل المهمة لتحقيق ذلك

لما له من نتائج تؤدي إلى زيادة كبيرة في مستوى جودة العمل، وبالتالي جودة الخدمة التي يقدمها هؤلاء الموظفون للعملاء (فهيمية، 2009).

لقد أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الأساسية الحديثة والجوهرية، وهو ما أدى لتزايد انتشارها وإدراك أهميتها. فقد برزت في المؤسسات على المستويين المحلي والعالمي في العصر الحديث، وأصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية واحداً من المعايير الرئيسية التي تشير إلى مستوى المشاركة في خدمة المجتمع واجباً وليس تطوعاً. وبسبب تشابه أهداف المفهوم مع الأهداف الأخرى للعمل الاجتماعي التطوعي، فقد تعرض المفهوم إلى بعض الاختلافات في الرؤية (Shuili & et al, 2013).

## 1.2 مشكلة الدراسة

لا يقتصر هدف المؤسسات المصرفية ومنها البنوك، على تحقيق الربح المادي فقط، بل يتجاوز ذلك إلى مساهمتها في خدمة المجتمع المحلي، والبيئة المحيطة، وهذا ما يُطلق عليه مسمى "المسؤولية الاجتماعية والبيئية"، والتي تُعتبر إحدى مؤشرات قياس الأداء. الأمر الذي يؤدي إلى أن تقوم البنوك العاملة في فلسطين بتبني أنشطة مسؤولية اجتماعية، وتحقيق التنمية والتقدم المجتمعي في محيطها، أو في مجتمعها المحلي. ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في معرفة مدى ممارسة بنك فلسطين والبنك العربي في جنين نموذجاً للأنشطة الإنسانية كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية في البيئة الفلسطينية، ومعرفة دور هذه الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للبنوك من وجهة نظر العاملين فيها؟

## 1.3 أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة

الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

2. ما مدى تطبيق دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي للأنشطة الإنسانية تجاه العملاء وتجاه المجتمع وتجاه البيئة من وجهة نظر العاملين فيها؟

3. ما الأهداف التي يسعى بنك فلسطين والبنك العربي إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين فيها؟

4. ما أبرز التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

#### 1.4 فرضية الدراسة

بناءً على التساؤلات المطروحة مسبقاً، وللتعرف أكثر على العلاقة التي تربط بين البنوك، وتحديدًا البنك العربي وبنك فلسطين، والمسؤولية الاجتماعية من خلال دائرة العلاقات العامة، ووفقاً لما تقترحه نظرية الامتياز في مبدئها المتعلق بأنه يجب أن يكون هناك علاقة مباشرة بين الإدارة العليا والعلاقات العامة، وأن توصيات دائرة العلاقات العامة يجب أن يؤخذ بها؛ يسعى البحث الحالي للتأكد من صحة الفرضيات التالية:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير العمر.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير مكان الإقامة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير البنك الذي يعمل فيه المبحوث.

## 1.5 أهداف الدراسة

1. معرفة مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها.
2. التعرف إلى مدى تطبيق دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي للأنشطة الإنسانية تجاه العملاء وتجاه المجتمع وتجاه البيئة من وجهة نظر العاملين فيها.
3. التعرف إلى الأهداف التي يسعى بنك فلسطين والبنك العربي إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين فيها.
4. معرفة أبرز التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها.

## 1.6 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة بكونها من الأبحاث التي تدرس الدور الذي تمارسه دائرة العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية، وتحديدًا بنك فلسطين والبنك العربي، في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها. ويمكن توضيح أهمية الدراسة كما يلي:

### 1.6.1 الأهمية النظرية

تستند هذه الدراسة في أهميتها النظرية والعلمية إلى أهمية الدور الذي تلعبه الأنشطة الإنسانية في تطوير أداء المنظمة، وبالتالي تحقيق صورة جيدة للمنظمة ومستويات أداء عالية بالمقارنة مع المنافسين من الشركات العاملة في نفس القطاع، والكشف عن الدور الذي تلعبه دائرة العلاقات العامة في البنوك في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها، واقتراح استراتيجية جديدة لتطوير عمل العلاقات العامة في البنوك لخدمة أهداف المسؤولية الاجتماعية. وهذا يتطلب من شركات القطاع الخاص التعرف على احتياجات زبائنها وتحركات منافسيها في السوق. كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها من حاجة المجال البحثي الفلسطيني لهذا النوع من الدراسات، وتزويده بمصادر جديدة. وتأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة إضافة جديدة إلى دراسات العلاقات العامة، وتحديد دورها في مجال المسؤولية الاجتماعية بشكل عام، والأنشطة الإنسانية بشكل خاص، باعتبار أن العلاقات العامة ميدان واسع في التجدد مع التطورات المستمرة في المجتمع.

### 1.6.2 الأهمية التطبيقية

من المتوقع أن يستفيد العاملون في دوائر العلاقات العامة من نتائج هذه الدراسة من خلال تمكينهم من إعداد استراتيجيات عمل تطويرية لمهامهم. كما يتوقع أن تقدم الدراسة فائدة للقائمين على المؤسسات الخاصة من حيث التعرف على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وبرامجها، بما فيها الأنشطة الإنسانية، في البنوك، ووضع رؤية مستقبلية لمواجهة التحديات التي تواجه دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية ووضع خطط تقييمية من أجل التحسين والتطوير. كما تمثل هذه الدراسة حافزا للقيام بمزيد من الدراسات

للمؤسسات الخاصة، كذلك يتوقع أن يسترشد بنك فلسطين والبنك العربي بالبحث ونتائجه وتوصياته لتعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية، بما فيها الأنشطة الإنسانية، وتطبيقاتها وسبل تطويرها. كما يتوقع أن تسترشد بها المؤسسات والشركات الفلسطينية والعربية الأخرى (العامة والخاصة)، وذلك حتى تقوم بدورها في تنمية تطبيقات المسؤولية الاجتماعية.

## 1.7 أداة الدراسة

لتحقيق هدف الدراسة والاستفادة من الدراسات السابقة وفهمها بعمق، وبناء على استشارة ذوي الخبرة والاختصاص في هذا المجال، استخدمت الباحثة أداة الاستبانة لجمع البيانات المتعلقة بالأنشطة والفعاليات الإنسانية التي تنفذها العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية تجاه الفئات المحتاجة في المجتمع لتعزيز صورة البنك لدى الجمهور.

## 1.8 حدود الدراسة

الحد المكاني: البنك العربي وبنك فلسطين.

الحد الزمني: طبقت هذه الدراسة ميدانياً في بنك فلسطين والبنك العربي عام (2023-2024) لدراسة الأنشطة الإنسانية في بنك فلسطين والبنك العربي.

الحد البشري: العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في جنين.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة دور الأنشطة والفعاليات الإنسانية في إطار المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها دوائر العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية الوافدة والمحلية تجاه الفئات المحتاجة في المجتمع لتحسين الصورة: دراسة واقع الحال في البنك العربي وبنك فلسطين.

## 1.9 مصطلحات الدراسة

الأنشطة الإنسانية: هي مجموعة من الأنشطة والواجبات الإنسانية، والتي تتم في إطار المسؤولية الاجتماعية، حيث تقوم بها المؤسسات المختلفة، ومنها المؤسسات المصرفية. ونتيجة لذلك، تخصص الشركات والمؤسسات جزءاً من أرباحها لتقديم خدمات إنسانية للفئات المحتاجة في المجتمع، والتصدي للصعوبات الحياتية والظروف القاسية التي يواجهها الناس. فالأنشطة والفعاليات والبرامج تسهم، ولو بشكل جزئي، في تحريك عجلة النمو الإنساني، والاجتماعي، والنهوض بالمجتمع، وتنميته. ويتم من خلال هذه الأنشطة تنفيذ العديد من المهام لدعم مختلف القطاعات، والسعي للوصول إلى كافة شرائح المجتمع وفئاته، والإسهام بتلبية احتياجاته، والعمل على التنمية المجتمعية المستدامة، باستخدام أسس مدروسة من خلال أفضل معايير الشفافية، مع الأخذ بالاعتبار التوزيع الجغرافي والسكاني والمناطق المهمشة ونسبة الفقر (بنك فلسطين، 2021).

المسؤولية الاجتماعية: تعتبر المسؤولية الاجتماعية واجب والتزام من جانب المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، لتحسين مستوى الحياة للناس بأسلوب يوازن بين المصالح الاقتصادية وتحقيق التنمية في ذات الوقت، عن طريق المساهمة في الأنشطة والفعاليات ذات البعد الاجتماعي، مثل تطوير الخدمات الصحية، وتطوير التعليم، ومحاربة الفقر، وتوفير فرص العمل، وحل مشاكل الإسكان والمواصلات، والاهتمام بالبيئة وغيرها من القضايا التي تُعد من أساسيات الحياة بالنسبة للمواطن. (Holms, 1985)

العلاقات العامة: تعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية مستمرة ومخططة، تحاول المنظمات من خلالها تحقيق التفاهم مع الجمهور وكسب ثقة الأشخاص الذين تتعامل معهم، والعمل على تكييف سياستها وتصرفها مع اتجاهات الجماهير المختلفة بقدر الامكان، للوصول إلى تطبيق برامج الإعلام الشامل، وتكوين تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المتبادلة (عجوة، 2002).

الصورة الذهنية: هي مجموعة من الاعتقادات والأفكار والانطباعات التي يدركها الفرد تجاه شيء معين، فالصورة تؤثر في الاتجاهات والسلوكيات المتصلة بالشيء (إيزيتي، 2010).

الفئات المحتاجة (إجرائياً): عدد كبير من الأفراد والعائلات وأصحاب المشاريع الصغيرة والمؤسسات، الذين يرعاهم بنك فلسطين والبنك العربي ظل الظروف الاستثنائية والصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني. ويشمل ذلك إغاثة المتضررين جراء العدوان الاسرائيلي على فلسطين، حيث تعمل برامج البنوك، والتي تستند إلى استراتيجيات التنمية المستدامة، على تعزيز الاقتصاد والإسهام في توفير الاحتياجات الأساسية للمواطنين، وبمضنها البنية التحتية.

الجمهور: هو الأفراد الذين يعيشون في بيئة جغرافية واجتماعية واحدة، ويشاركون في مصالح مشتركة، ولديهم اهتمامات مقاربة. وبسبب المصالح المشتركة التي تجمعهم، يتولد لديهم إحساس بالوحدة والتشارك في خصائص معينة تختلف من جمهور إلى آخر. وتتميز الجماهير عادة بكبر حجمها وانفصالها فيزيائياً (القمرى، 1976، صفحة 50).

الجمهور الخارجي: يضم الجمهور الخارجي الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من خارجها، ومن بينهم الموردين والموزعين والمستفيدين من خدمة ما. وهؤلاء يطلق عليهم الجماهير الخارجية الخاصة. أما الجماهير الخارجية العامة، فتشمل المجتمع المحلي الذي تعمل المؤسسة في إطاره (السميع، 2006، الصفحات 104-105).

بنك فلسطين: مؤسسة اقتصادية (متخصصة بالشؤون المالية) تعمل على المساهمة بالنهوض في مستوى الخدمات المصرفية في فلسطين. كما تعمل على دعم وتمويل المشاريع المختلفة، وتواكب عملية البناء والتنمية والتطورات التكنولوجية (بنك فلسطين، 2021).

البنك العربي: هو مؤسسة مصرفية تسهم في عملية البناء والتنمية، ويقدم مجموعة من الخدمات المصرفية والمالية التي تهدف لتلبية احتياجات الناس (أفراد وجماعات) والشركات والمؤسسات المالية المختلفة. ويحظى البنك بحضور كبير في الأوساط المالية الكبرى في العالم (البنك العربي، 2021).

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

#### 2.1 مقدمة

بني الإطار النظري لهذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة. ومفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية هو في الأساس مفهوم غربي ساد في الربع الأخير من القرن التاسع عشر بعد التغييرات التي طرأت على أمريكا اقتصاديا ما أدى بالمنشآت الاقتصادية إلى فكرة الالتزام بمسئوليتها الاجتماعية (صادق، 1990). ويعرفها الاتحاد الأوروبي بأنها عملية تضمين وتوحيد طوعي للمبادرات البيئية والاجتماعية، تقوم بها الشركات تجاه المجتمعات، وهو مفهوم طوعي لا يستدعي إصدار قوانين، أو قواعد ملزمة لمنظمات الأعمال (أنور، 2010).

يرى الغالبي والعامري (2005) بأن المسؤولية الاجتماعية نشاط تلتزم من خلاله المنظمة بإرضاء أفراد المجتمع وتحقيق مصلحته عن طريق المبادرات والبرامج الاجتماعية التي تتمثل في محاربة الفقر وتوفير فرص عمل، وتقديم خدمات وحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع، مثل: مشاكل المواصلات، والإسكان، والصحة، والبطالة.

وهناك عدة مصطلحات عبّرت عن جوانب مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، منها: مصطلح "مواطنة المنظمة" الذي يبين المسؤوليات الأخلاقية والاقتصادية والقانونية والخيرية التي تقوم بها المنظمة تجاه المجتمع. ومن المصطلحات أيضاً "تطوع المنظمة"، وتعني جهود المنظمة في مجالات العمل الخيري من خلال مبادرات خيرية تقدمها المنظمة أو دعمها للمنظمات التي تعمل في هذا المجال. ومنها أيضاً "الالتزام الاجتماعي للمنظمة"، ويعني استجابة المنظمة لضغوط المجتمع وحاجاته الفعلية، ومصطلح "أخلاقيات العمل"، والذي

يعني القواعد السلوكية والمبادئ والقيم التي يخضع لها عمل المنظمة، وهي قواعد ومبادئ تتعامل بها المنظمة مع العاملين وأفراد المجتمع (Hongmei & Shen, 2006).

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم صور دعم علاقة المنشأة بالمجتمع، ولا بد أن تترك منظمات الأعمال انطباعاً لدى جماهيرها بأنها جديرة بالثقة، على اعتبار أنها يمكن أن تُحقق الفائدة القصوى لبيئة عملها. فالمؤسسة تعتمد على المجتمع في استمراريتها ونموها ووجودها ككل. إن تكريس هذه الثقة وتعزيزها ما هو إلا نشاط من أنشطة العلاقات العامة. فهي الرابط بين المنظمات وجماهيرها وتشكلاتها المختلفة. وبالتالي، فإن تحقيق الثقة بين المنشأة وجماهيرها بطريقة أخلاقية واجب على ممارسي العلاقات العامة أن يقوموا به من خلال المصداقية والدقة والنزاهة في نقل المعلومات، وهو ما يعدّ بُعداً أخلاقياً للعلاقات العامة (ابراهيم، 2014).

وتعود أهمية النظرية في وقتنا الحاضر لأسباب مختلفة، أبرزها:

- تهتم نظرية المسؤولية الاجتماعية بتنمية المجتمع من خلال النظر إلى أن عمل المنظمات واستمراريتها، بغض النظر عن تخصصها، مشروط بتنمية المجتمعات المحيطة.
  - تشدد على التزام العاملين بقيم عديدة، منها: الدقة، والعدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع، والموضوعية.
  - تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل من خلال النزاهة والشفافية والصدق.
  - تولي أهمية للبيئة الاجتماعية المحيطة خلال ممارسة العمل الإعلامي (العمرى، 2014).
- إن التطور المستمر في نظام المؤسسات فرض عليها تطوير مسؤوليتها تجاه المجتمع من خلال المساهمة بالأنشطة المجتمعية، سواءً من ناحية اقتصادية، أو قانونية، أو أخلاقية. فهناك عدّة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في:
- البعد الخيري (الطوعي): البعد الطوعي يتعلق بمبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تنفذ من خلال منظمات الأعمال بشكل طوعي إنساني غير إلزامي. أي أن منظمات الأعمال لا تنتظر مردوداً مالياً،

أو زيادة حصتها السوقية مقابل تلك المبادرات والأنشطة التي تقدمها للمجتمع (النسور و النعيمي، 2010).

– البعد الأخلاقي: يقر هذا المبدأ بضرورة اهتمام إدارة الشركات بالجوانب الأخلاقية والأعراف السائدة في المجتمعات التي تعمل بها. فالتزام الشركة واحترامها لتلك الأعراف يسهم في زيادة تحسين سمعة الشركة وتعزيز صورتها في المجتمع (الغالبى و العامري، 2005).

– البعد القانوني: يشير هذا المبدأ إلى أهمية احترام الشركات للقوانين والأنظمة التي توضع من قبل الحكومات. ويرتبط هذا البعد بدرجة كبيرة بحماية المستهلك وضمان السلامة المهنية والعدالة (دادن و رشيد، 2012).

– البعد الاقتصادي: يرتكز هذا المبدأ على أهمية إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع، ومواكبة التطورات التكنولوجية ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية. وبذلك تحقق الشركة الأرباح، مع الأخذ بالاعتبار سد حاجة أفراد المجتمع (دادن و رشيد، 2012).

## 2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات

تعد تطبيقات المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ذات مردود يحقق للمنظمة فوائد متعددة، في مقدمتها تحسين صورة المنظمة في المجتمع، بالإضافة إلى التأثيرات الإيجابية الأخرى التي تكتسبها المؤسسة، كزيادة الميزة التنافسية، وزيادة حصتها السوقية. كما أن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تترك آثاراً تتعدى ذلك إلى مؤسسات الدولة والمجتمع الذي يستفيد من أنشطة المسؤولية الاجتماعية من خلال اهتمام المؤسسات بزيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع. وفيما يخص مؤسسات الدولة، فإنها تتوقع عوائد أكبر بسبب ازدياد وعي الشركات بأهمية تحمل بعض الأعباء، والمساهمة العادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية والبيئية (دادن و رشيد، 2012).

تشير الدراسات والأبحاث إلى قيام العديد من المنظمات الدولية غير الحكومية بوضع إطار عام لمبادئ المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه المنظمات: منظمة الأمم المتحدة، ومنظمة المعايير الدولية، والبنك الدولي، حيث أصبحت هذه المبادئ بمثابة قواعد تحكم سلوك المنظمات الاجتماعية والاقتصادية. ويخلص ( Kolk & Tulder, 2002 ) عدة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية، والتي جاءت نتيجة لجهود المنظمات السابقة الذكر وهي كما يلي:

- تنمية جميع المجالات التي تعود بالنفع على المجتمع بشكل عام وتطويرها، وخدمة النظام من خلال إبراز الأنشطة السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية.
- المساءلة والمحاسبة، حيث يتم تطبيق مبدأ الشفافية في الكشف عن المعلومات بصدق، وإعطاء الحقيقة للفرد. وعدم الإدلاء بمعلومات مضللة أو غير صحيحة للأفراد.
- الحفاظ على تطور المؤسسة ونموها، وتحقيق ترقيات وامتيازات في حسن الأداء، واحترام النظام العام، واحترام حق الاتصال والإعلام.
- المرونة والإبداع والقبول بأي فكرة جديدة من قبل الفرد من أجل تحقيق الأهداف.
- تفعيل دور أدوات المراقبة والتقارير، والاهتمام بحقوق الأفراد المكفولة من الدولة من خلال البرامج المتوازنة التي تحفظ هذه الحقوق وتحمي حرية الأفراد وراحتهم.
- وتسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة ماهية تأثير دائرة العلاقات العامة في البنك العربي وبنك فلسطين في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها انطلاقاً من نظرية المسؤولية الاجتماعية، وفيما إذا كانت أهداف المسؤولية الاجتماعية هي تحقيق الأرباح، أم إيمان البنك بدوره الأخلاقي تجاه المجتمع.

## 2.3 العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين والبنك العربي:

### 2.3.1 أولاً: العلاقات العامة

تعرف العلاقات العامة بأنها وظيفة من وظائف المنظمة التي تحقق عن طريقها التواصل المتبادل مع جماهيرها بغرض إيجاد درجة مناسبة من القبول والتكيف مع الجماهير. فلم تعد العلاقات العامة علماً وفناً من علوم وفنون العلوم الحديثة فحسب، بل إنها أحد فنون الاتصال الحديثة التي تسعى لتحقيق رضا الجمهور، سواء خارج المؤسسة أو داخلها، عن طريق الاقناع (دراغمة، 2011).

فالعلاقات العامة إذن هي نشاط تسويقي يساعدها على تنمية البرامج، وإدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، حيث يتم إنشاء طريق اتصال ثنائي الاتجاه مع جماهير المنظمة؛ لكي تضمن أن يكون كلا الطرفين راضياً عن سياسة المنظمة وإجراءاتها (الدليمي، 2018: 190). ويوضح عجوة (2001) أن الهدف الأساسي من العلاقات العامة بين المؤسسة وجمهورها هو بناء الصورة الجيدة والسمعة الطيبة لها.

بناء على التعريفات السابقة، ترى الباحثة أن الباحثين وممارسي العلاقات العامة يتفقون على أن العلاقات العامة عبارة عن وظيفة متعددة المهام، إلا أن وظيفتها تنحصر في بناء الصورة الجيدة للمنظمة، وتعزيز التفاهم، وبناء السمعة الطيبة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة، وتعزيز العلاقة بين المنظمة والمنظمات الأخرى. من هنا، فإن الأنشطة الإنسانية للمنظمات تصب في تحقيق هذه الأهداف. ولذلك تعرف الباحثة العلاقات العامة أنها وظيفة إدارية مخططة ومنظمة تهدف إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة والجمهور، وخلق صورة ذهنية وسمعة جيدة عن المؤسسة سعياً لكسب ثقة الجماهير واحترامهم من خلال توافر المصادقية في كافة أنشطتها التي تقدمها للجمهور.

## أهداف العلاقات العامة

من الأهداف المشتركة بين مختلف المؤسسات والهيئات؛ بناء صورة جيدة عن المؤسسة، وتحسين سمعتها. كما تهدف إلى التصدي ومكافحة الإشاعات التي تُسيء إلى سمعة المؤسسة، والسعي لكسب الرضا والتأييد للجمهور الداخلي والجمهور الخارجي للمؤسسة، وإدارة الإتصال بين المؤسسة وجمهورها وتفعيله، وتعزيز العلاقات بين المنظمة والمنظمات الأخرى وإدارتها، ودراسة متطلبات جماهير المؤسسة، وقياس ردود أفعالهم. فلا يوجد اتفاق على أهداف العلاقات العامة بين كل المؤسسات، حيث يعتمد ذلك على طبيعة عمل المؤسسة. لكن يرى بعض الخبراء هدفاً واحداً ومشتركاً للعلاقات العامة، هو الترويج لأهداف المؤسسة (فريحة، 2012).

## وظائف العلاقات العامة

تتمثل العناصر الرئيسية للعلاقات العامة بالجمهور، والمنظمة، وقنوات الاتصال بينهما. وهذا يعني أن المنظمة يجب أن تُنشئ قنوات مناسبة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي. ويتطلب ذلك دراسة أساليب وسائل الاتصال واختيار أكثرها فاعلية وتأثيراً على جمهور المنظمة، وكذلك تحديد الوسائل التي يمكن من خلالها التعرف على اتجاهات الجماهير، مثل بحوث الرأي العام، وتحليل المواد الإعلامية، ودراسة مدى مناسبة هذه الوسائل لتحقيق أهداف العلاقات العامة (الطخيس والجريتلي، 1984: 32). لكن، غالباً ما يناط بالعلاقات العامة مهمة ضبط الجمهور من خلال توجيه فكر الجماهير على اختلافها قدر الإمكان نحو ما يرضي المؤسسة ويحقق تطلعاتها وأهدافها، الأمر الذي يستدعي الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية (شبية، 2008).

تتمثل المهام الوظيفية التي يمارسها العاملون في العلاقات العامة تحقيق الاتصال بالجمهور الداخلي عن طريق تعزيز طرق الاتصال بالعاملين، وعمل حلقة وصل بين الموظفين والإدارة، والاتصال بالجمهور الخارجي؛ عن طريق تعزيز الثقة بالمؤسسة، وإجراء دراسات مسحية لمعرفة اتجاهات الجمهور، وإعداد البرامج

والنشاطات الإنسانية التي تسعى إلى تحقيق التنمية المجتمعية والتطور التكنولوجي. وتتضمن أيضا استقطاب الجمهور الخارجي من خلال عقد النشاطات والاجتماعات، وإعداد التقارير السنوية لتقييم ما تم إنجازه من خلال النشاطات المنعقدة، والاتصال بوسائل الإعلام المحلية والعالمية، وتتضمن إقامة المعارض والزيارات (اصبح، 1998).

وتتنوع وجهات النظر حول طبيعة الوظائف التي تمارسها العلاقات العامة وواقعيتها. لكن هناك خمس وظائف أساسية أتفق عليها الضلاعين وآخرون (2015) أولها البحث. ويقصد به الدراسات التي تتعلق بمعرفة توجهات الرأي العام وقياسه لدى جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية. ثم التخطيط، ويقصد به بناء السيناريوهات المتوقعة لتفادي حدوث الأزمات المستقبلية، وتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة بهدف تحسين الصورة الذهنية. وكذلك الاتصال؛ ويقصد به التواصل ثنائي الاتجاه بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية بهدف الحصول على تفاهم مشترك وتلبية متطلبات هذه الجماهير عن طريق الأنشطة الإنسانية. ثم التنسيق: أي قيام العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها، وبين الإدارات الأخرى بهدف تحقيق فاعلية الأنشطة التي تقوم وتعمل بها. ثم الإنتاج. ويتصل به عدد كبير من الأعمال المهمة مثل إدارة السمعة، وتحسين الصورة الذهنية للمنظمات، والإعلام والنشر، والاتصال بالصحفيين وإصدار البيانات، وعقد المؤتمرات (الضلاعين، الشمايلة، اللحم، وكافي، 2015).

### دور العلاقات العامة في المسؤولية الاجتماعية

تتجز العلاقات العامة التكيّف الإنساني اللازم بين المؤسسة وجماهيرها، وتقوم بإيجاد جمهور يؤيد المؤسسات ويساندها بما يقوي الروابط بينها وبين جماهيرها، وتهيئة الرأي العام لتقبل الأفكار والآراء الجديدة. ومن أهم أعمال العلاقات العامة غرس المسؤولية الاجتماعية ودعمها، ومنها الاهتمام بالأنشطة الإنسانية، حيث توضح العديد من بحوث العلاقات العامة الرغبات والاحتياجات والاتجاهات الحقيقية للجماهير في المؤسسات. ما يحقق المرونة في وضع التعديلات بشكل مستمر بما يحقق مصلحة الجمهور والمؤسسة.

كما تحقق العلاقات العامة لجمهور المؤسسات الداخلية العدالة، والخدمات الإنسانية، والدعاية الاجتماعية، أي تهيئة أسباب الحياة الحرة الكريمة، وبالتالي نشر روح الاطمئنان والتطور (التميمي، 2018). وترى الباحثة أن وظيفة العلاقات العامة تركز بصفة عامة على مجموعة من المحاور: إن العلاقات العامة تهتم بعلاقة المؤسسة بالجمهور، كما أنها عملية باتجاهين تتضمن إصدار رسائل للجماهير واستقبالها منهم، وتتضمن مجمل الأعمال والإجراءات والفعاليات التي تخص علاقة المؤسسة بالجمهور. ومن أهم أهدافها تعزيز التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها، وتهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وأراء جديدة. لذلك ترى الباحثة بأن الأنشطة الإنسانية تتفق وتصب في تحقيق هذه الأهداف.

### 2.3.2 ثانياً: الصورة الذهنية

تعتبر الصورة الذهنية ركيزة أساسية من ركائز نجاح أو فشل أي مؤسسة أمام جمهورها، وذلك لدورها المهم في تشكيل الآراء والانطباعات لتمثيل المؤسسة بأفضل صورة. ويرى عوجة وفريد (2008) أن الصورة الذهنية تتكون من ناتج نهائي للانطباعات الذاتية عند الأفراد أو الجماعات إزاء نظام ما، أو تجمع سكاني، أو مؤسسة سواء كانت دولية أو إقليمية، شخص معين، أو وظيفة معينة، أو أي أمر يمكن أن يمس حياة الإنسان. وتتكون هذه الانطباعات نتيجة الارتباطات الوجدانية والعاطفية المتكونة من التجارب الخاصة للأفراد ومعتقداتهم وانفعالاتهم من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة.

### 2.3.2 ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية

تعدى دور المنظمات المبادرات الخيرية، بل أصبحت المؤسسات ترى بوضوح أهمية المسؤولية المجتمعية وتبعتها والاستجابة للمتطلبات القانونية والبيئية. وتعد المسؤولية الاجتماعية من المقاييس المهمة التي يمكن استخدامها للحكم على درجة تفوق المنظمات وتمييزها عن المنظمات الأخرى. لذلك بدأت الشركات بالعمل على تعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل (العطياني وآخرون، 2016). ويرى عطا الله والفليت (2016) أن المسؤولية الاجتماعية عبارة عن مجموعة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية التي

تقوم بها إدارة المؤسسة نحو العاملين والمتعاملين والمجتمع، بهدف تنمية محيطها من المجتمعات، وتحقيق عوائد للمؤسسات على المدى الطويل، ضمن مجموعة من الأنظمة والقوانين والقيم الأخلاقية.

ومنذ ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية عام (1950)، أصبح في صلب اهتمام المنظمات، مما جعلها تهتم بإظهارها في خططها واستراتيجياتها وتقاريرها المنشورة (الحكيم، 2011). إن ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتناميه كان نتيجة لمجموعة من التحديات، أبرزها العولمة وتزايد الضغوط الحكومية والشعبية، والكوارث والفضائح الأخلاقية، والتطورات التكنولوجية المتسارعة (الاسراج، 2014).

وعرفت المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المؤسسة بمعايير محددة تختص بالجانب الاجتماعي أثناء عملية صنع القرارات الاستراتيجية، ودمج المنظمة لاهتمامات المجتمع والبيئة، مما يقود إلى نجاح المؤسسة في عالم الأعمال (عبد المتعال و رفاعي، 2007). ويعرفها المجلس العالمي للتنمية المستدامة (1998)، بأنها واجب المنظمة نحو مجتمعها الذي تنتمي إليه في الاهتمام بالقيم الأخلاقية والبيئية والاقتصادية والقانونية والاجتماعية، وتحسين الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم والمجتمع ككل (البياني، 2010) وعرفها (الاعا، 2007) بأنها التزام المنظمة في تحقيق أهداف أصحاب المصلحة في البيئة الداخلية والخارجية لإشباع رغباتهم وتوازن مصالحهم، بما يعكس الثقة المتبادلة بين المنظمة والمجتمع لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة.

### أهمية المسؤولية الاجتماعية وأهدافها

إن نجاح منظمات الأعمال والبنوك يرتكز على دورها في الوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه العملاء والعاملين، ودمج الفوائد التي تجتمع بتحسين سمعة البنك، والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع، وصولاً لتحسين وضعها في السوق. ويرى الشراح (2014) أن المسؤولية الاجتماعية تسعى لتحسين سمعة المنظمات والبنوك في أذهان أفراد المجتمع والمتعاملين معه، وتحقيق الفائدة للعملاء والعاملين. كما تهدف إلى الحد من التكلفة الإضافية التي تتكبدها الجهات الرسمية عند فرض الأنظمة والقوانين، وتحسين حياة المجتمعات

التي تطبق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، حيث تسعى لاعتماد نمو الأعمال في المنظمات على مسؤوليتها الاجتماعية.

تعتبر الشركات والمؤسسات كياناً مرتبطاً بالمجتمع الموجودة فيه. ونتيجة للتطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، يرى عمرو (2010) أن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات تهدف لتطوير أدوار منظمات الأعمال بما ينسجم مع الاختلافات المجتمعية والبيئية والثقافية، واهتمام المسؤولية الاجتماعية بالجانب التوعوي والحقوق الأساسية والفرعية للأفراد، وتبني إستراتيجية واضحة لزيادة الثقة في التعامل مع الأطراف المختلفة. كما تهدف إلى تحقيق الانسجام والتوافق مع المواثيق الدولية، خاصة فيما يختص بالحفاظ على البيئة وحقوق الإنسان.

### مبادئ المسؤولية الاجتماعية

إن الأساس الذي من خلاله تبني المنظمات وجودها في المجتمع الذي تتواجد فيه هو المسؤولية الاجتماعية، حيث بيّن بن عودة وغويني (2011) أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية تتمثل في احترام الأعراف والمواثيق الدولية من خلال احترام الاتفاقيات الحكومية والدولية والإعلانات والمواثيق واللوائح والقرارات عند وضع سياسات ممارسة المسؤولية الاجتماعية. وكذلك احترام حقوق الإنسان الأساسية من خلال تنفيذ واحترام سياسات حقوق الإنسان التي نص عليها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وتحقيق الشفافية من خلال كشف منظمات الأعمال لأنشطتها وسياساتها وتأثير خدماتها على المجتمع، وتقديم المعلومات للمعنيين.

ويعد دور القطاع المصرفي في مجال المسؤولية المجتمعية في غاية الأهمية، كونه يمتلك رأس مال وقوة اقتصادية قادرة على إحداث نقلة نوعية في المجتمع. ومن خلاله يمكن إبراز دور المنظمة أو البنك في التزامها بالقانون والمعايير الأخلاقية والدولية. فالمسؤولية الاجتماعية للبنوك تمثل استراتيجية يمكن من خلالها تحقيق التقدم والرفاه الاجتماعي من خلال دعم قطاعات التعليم والثقافة وتعزيزها، ودعم الأطفال

ودور الأيتام، والرعاية الصحية والاجتماعية، وتوسيع قاعدة التبادل الفكري والمعرفي، ونشر ثقافة الريادة والإبداع (جلس، 2016).

وفيما يتعلق بدور العلاقات العامة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، فإن المؤسسات مسؤولة بشكل أو بآخر عن تطوير علاقاتها مع الجماهير، حيث يُنَاط بالعلاقات العامة القيام بهذا الدور. وإذا كانت هناك منظمة لا تحتاج إلى أن تتحمل المسؤولية تجاه جماهيرها، فإنها لا تحتاج إلى وظيفة العلاقات العامة. فالمسؤولية الاجتماعية هي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة، حيث تعمل على غرس روح المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير. وهذا ما يجعل المجتمع والمؤسسات تتغلب على عقباتها بفضل المشاركة الجماهيرية، وبالتالي القضاء على العزلة وتحقيق التنمية الاجتماعية (بدوي، 2002).

ومن هذا المنطلق، تسعى الباحثة في هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الأنشطة الإنسانية التي تقوم بها العلاقات العامة في البنك العربي وبنك فلسطين وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، من حيث تقديم خدماتها وتطبيق سياسات وبرامج من شأنها الاضطلاع بمهام المسؤولية الاجتماعية وتعزيز تطبيقها.

### 2.3.3 رابعاً: الأنشطة الإنسانية

تُعد الأنشطة الإنسانية جانباً من جوانب المسؤولية الاجتماعية. فهي مجموعة من الأنشطة والواجبات الإنسانية التي تقوم بها المؤسسات المصرفية، والتي تستثمر فيها الشركة وتجنّي منها عائداً ربحياً. نتيجة لذلك التوجه، تخصص الشركات جزءاً من أرباحها لتحقيق للمجتمع قسطاً من الرفاهية، والتخفيف عن أفراد الذين يعيشون ظروفاً معيشية صعبة. كلّ ذلك عن طريق تنفيذ البرامج التي تساعد، ولو قليلاً، في دفع عجلة النمو الإنساني والنهوض بالمجتمع وتنميته. وتشمل هذه الأنشطة العديد من المهام لدعم مختلف القطاعات للوصول إلى شرائح المجتمع وفئاته المختلفة والمساهمة بتلبية احتياجاته والعمل على تحقيق التنمية المجتمعية المستدامة. ويتم ذلك من خلال أسس مدروسة، وأفضل معايير الشفافية، مع الأخذ بالاعتبار التوزيع الجغرافي والسكاني والمناطق المهمشة ونسبة الفقر (بنك فلسطين، 2021).

## الأنشطة الإنسانية والمسؤولية الاجتماعية للبنوك

اتفقت الأدبيات على أربعة أشكال من الأنشطة الأساسية التي يمكن للبنوك من مسؤولياتها الاجتماعية أن تؤديها، وهي كالتالي:

### أنشطة خاصة بتنمية الموارد البيئية

تعتبر تنمية الموارد البيئية من أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للبنوك. ومن أهدافها الاهتمام بالبيئة والرقابة على التلوث الذي يمكن أن تسببه البنوك جراء تنفيذ أنشطتها المختلفة، سعياً للحفاظ على الموارد الطبيعية، والحفاظ على سلامة البيئة المحيطة بالشركة. ومن الممارسات التي تناط بالبنوك في مجال تنمية الموارد البيئية الاهتمام بترشيد استهلاك الموارد والطاقة، والحفاظ على زيادة المساحات الخضراء، والمحافظة على البيئة من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة، وحماية الثروة الطبيعية، وإعادة تدوير النفايات، وتقديم برامج لحماية المياه والتربة من التلوث (Patil, 2014).

### أنشطة خاصة بخدمة المجتمع

ترى بنوك المجتمع المحلي والبيئة المحلية على أنه شريحة مهمة لا بد من تعزيز العلاقة معها وبذل مزيد من الجهود ومضاعفة الأنشطة تجاهها، من خلال مساهمة البنك في دعم أنشطة البنية التحتية والحد من مشكلة البطالة ودعم الأنشطة الترفيهية والفنية والرياضية، ودعم مراكز التعليم والثقافة، ورعاية الأطفال، مما يضيفي الإلزام الطوعي من قبل منظمات الأعمال، ويعزز استمرارية المنظمة وتواصلها مع منظمات المجتمع المحلي (Dawkins & Ngunjiri, 2008).

### أنشطة خاصة بتنمية الموارد البشرية

تعتبر علاقة المنشأة مع العاملين علاقة تبادلية تؤثر في تطوير أداء العاملين في حال رعت منظمات الأعمال مصالحهم ولتبت مطالبهم، حيث إن تطوير عمل البنوك يرتبط بتنمية الموارد البشرية. ويرى وهيبة

(2011) أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية تتضمن، دفع رواتب الموظفين في الوقت المحدد، والاهتمام بأنظمة التقاعد، وتقديم المكافآت والحوافز، وعدم التحيز، وتحقيق العدالة بين العاملين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية لكل منهم. ومن أنشطتها أيضاً الاهتمام بتوفير بيئة عمل مناسبة للعاملين، ومراعاة ظروفهم الصحية، والاهتمام بتوفير علاقة تبادلية تكاملية بين الرئيس والمرؤوس. وتسعى إلى الاهتمام بصحة العاملين والتأمين الصحي لهم.

### أنشطة خاصة بتطوير المنتجات والخدمات

يمكن للبنوك تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية، خاصة في تطوير المنتجات والخدمات، عن طريق تطوير الخدمات والمنتجات لمواكبة تغير المجتمعات وحاجاتها، وتقديم الخدمات بطريقة مميزة ( Biehal & Sheinin, 2007). ويمكن أيضاً تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين، وتقديم الخدمات للعملاء في الوقت المناسب، والمحافظة على سلامة الخدمات المقدمة، وتقديم شرح لمعاني الخدمة المصرفية المقدمة، والاهتمام بمقترحات المتعاملين وشكاويهم (Chung et al, 2015).

### الأنشطة الإنسانية في بنك فلسطين

هي مجموعة من الأنشطة والإسهامات التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين في مختلف القطاعات التنموية، وتعزيز مشاريع مهمة تلبي متطلبات المجتمع واحتياجاته، من خلال تحمل مسؤولياته الإنسانية. ونتيجة لذلك التوجه، فقد خصص بنك فلسطين جزءاً من أرباحه لرفاهية المجتمع، التي تسهم ولو بشكل جزئي في تحريك عجلة النمو الإنساني والنهوض بالمجتمع الفلسطيني وتنميته، والذي يحسن من الأوضاع الصعبة من خلال الأنشطة والبرامج. ويقوم البنك بالعديد من المهام لدعم مختلف القطاعات للوصول إلى شرائح المجتمع وفئاته والمساهمة بتلبية احتياجاته، والعمل على التنمية المجتمعية المستدامة باستخدام أسس مدروسة بأفضل معايير الشفافية، مع الأخذ بالاعتبار التوزيع الجغرافي والسكاني والمناطق المهمشة ونسبة الفقر. واستمرت مساهمات البنك السنوية متركزة في قطاعات الثقافة والفنون، والتنمية والشؤون

الاقتصادية، والمساعي الإنسانية والتعليم والشباب والإبداع، والرياضة، والصحة والبيئة. وبرغم الظروف الصعبة التي عاشها الشعب الفلسطيني، وقد عمل البنك على تخصيص ما نسبته 5% من مجموع الأرباح السنوية من أجل المشاريع والأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، كما استمر البنك في المشاريع التنموية والمبادرات الإنسانية التي ينفذها مع الشركاء. ومن مشاريعها وأنشطتها:

حملة فلسطين في القلب: أطلقت مجموعة بنك فلسطين المالية هذه الحملة ووظفت لها الإمكانيات والعلاقات والطاقات الإعلانية والإعلامية، وبمساعدة المنصات المصرفية والالكترونية لجمع التبرعات المالية التي يرسلها المتبرعون من محليا ومن دول الاغتراب، من أجل رفع الضرر عن المتضررين من العدوان الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني، حيث قامت فرق المتطوعين من موظفي البنك بإغاثة ما يقرب من 70 ألف نازح وتزويدهم بالوجبات الغذائية ومياه الشرب العذبة، وذلك بالتعاون مع وكالات الإغاثة والإفادة من مقدراتها ومواردها، من أجل الوصول إلى تقديرات وتقييمات لمستوى المساعدة اللازمة إنسانياً واقتصادياً.

العيادة الوردية المنتقلة: تقول الدراسات أن الكشف المبكر عن سرطان الثدي يؤدي إلى الشفاء بنسبة تقترب من (90%)، ولذلك فإن الهدف من العيادة الوردية تشجيع السيدات الفلسطينيات على الفحص المبكر. جاءت هذه الحملة ضمن الماراثون الموسيقي الذي قاده فرقة الثلاثي جبران من أجل تأمين متطلبات شراء العيادة وتجهيزها.

حملة السكري في عام (2020): أطلق البنك حملة توعوية سنوية للوقاية من السكري بعنوان "صحتي وصحتك أحلى من السكر" تهدف إلى تطوير أدوات التوعية الصحية.

مشروع البيارة: قام البنك بإطلاق حملة حدائق البيارة في كافة المحافظات الفلسطينية، انطلاقاً من وعيه بأهمية المساحات الخضراء للأطفال كونها تشكل مكاناً صحياً، وآمناً يلبي احتياجاتهم البدنية والترفيهية.

المتحف الفلسطيني: هو مؤسسة ثقافية مستقلة، تُعد من أهم المشاريع الثقافية المعاصرة في فلسطين، ويقدم بنك فلسطين دعماً سنوياً له.

برنامج "وجد" لكفالة الأيتام: هو برنامج صمم لمساعدة أيتام الحرب، حيث قدم البنك رعايته لبرنامج "وجد" عبر تنفيذ عدد من المشاريع في عدة مجالات، شملت تمكين الشباب والأمهات، والتعليم والصحة، ومتابعة الأطفال المقيمين في مراكز الإيواء (بنك فلسطين، 2022).

#### 2.3.4 خامساً: بنك فلسطين والمجتمع الفلسطيني

دعت الحاجة إلى تأسيس مؤسسة مالية ومصرفية تسعى لتلبية الاحتياجات المالية والمصرفية لمختلف الشرائح الاجتماعية والاقتصادية، والنهوض بمستوى الخدمات المصرفية، وتمويل مختلف المشاريع، كما وأسس بنك فلسطين في عام (1960)، وهو واحد من أكبر المؤسسات المصرفية والمالية المنتشرة محلياً في الأراضي الفلسطينية كلها، من حيث عدد الفروع والمكاتب وأعداد الموظفين والمستخدمين المؤهلة بجدارة وأجهزة الصرافات الآلية. ما يخدم شريحة واسعة تصل إلى قرابة (850,000) ما بين عميل أفراداً وشركات ومؤسسات. كما يقوم بنك فلسطين بدور فعال في التنمية الاقتصادية حسب السياسات والممارسات العالمية ومواكبة التطورات التكنولوجية.

رؤية بنك فلسطين: يطمح بنك فلسطين ليكون المؤسسة المصرفية المتميزة بالحدثة المصرفية والمالية والرقمية على المستوى المحلي والدولي (بنك فلسطين، 2022).

مهام بنك فلسطين: بنك فلسطين مؤسسة مالية تسعى للنهوض بمستوى الخدمات المصرفية التي تعمل على مواكبة التطور التكنولوجي في المجال المصرفي والمالي، وتسهم في تحقيق التنمية وفقاً للممارسات العالمية. ويهدف بنك فلسطين إلى مواكبة التطور والإرتقاء بمستوى أداء البنك إدارياً ومهنياً، وتحقيق الجودة في تقديم الخدمات المالية والمصرفية وتحقيق الأداء الأمثل لها.

## المسؤولية الاجتماعية لبنك فلسطين

شارك بنك فلسطين في البناء والتنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال دعم مشاريع ومبادرات المسؤولية الاجتماعية، وذلك عبر تخصيص حوالي (5%) من أرباحه، فقدم دعمه لمختلف القطاعات بالشراكة مع مؤسسات المجتمع المحلي بما يشمل الصحة والتعليم وحماية البيئة والريادة والثقافة والرياضة:

التعليم والريادة: عزز البنك من حضور فلسطين العلمي والتعليمي والإبداعي من خلال رعايته مجموعة من المشاريع ومنها، دعم مشاركة فلسطين في دراسة البرنامج الدولي لتقييم الطلبة من خلال شراء أجهزة حاسوب محمولة لمدارس حكومية بالشراكة مع مؤسسة القدومي، وسعي البنك للحفاظ على الموروث الثقافي وتشجيع الناس على القراءة، قام البنك بالمساهمة في معرض فلسطين الدولي للكتاب، وإيماناً بضرورة دعم القطاع الريادي في فلسطين دعم برنامج صنع في فلسطين - تحدي فلسطين للذكاء الإصطناعي والذي يهدف الى تحفيز الشباب للخروج بأفكار لمشاريع تكنولوجية مبتكرة، ودعم بنك فلسطين برنامج "كن مبتكراً" والذي من أهدافه إطلاق عقلية تطويرية ابتكارية وتزويدهم بأليات وممارسات ملموسة تساعدهم في تصميم وتطوير مشاريع تعليمية تهدف إلى الخروج بحلول خلاقة ذات بعد رقمي.

البيئة: اهتم البنك بشكل خاص بالمشاريع التي تدعم قطاع البيئة في مختلف القطاعات ومحافظات الوطن وذلك بما يتماشى مع استراتيجية البنك نحو التنمية المستدامة، قام بنك فلسطين بدعم مؤتمر المباني الخضراء والذي يهدف إلى نقاش قضايا متعلقة بالبيئة في فلسطين، وإحياء فعاليات يوم البيئة العالمي من خلال زراعة اشجار سنديان، والمساهمة في تحدي المياه لإيجاد حلول خلاقة للتحديات، كما قام البنك بمبادرة تخص البيئة وإعادة التدوير للوحات التي تحمل إعلانات البنك العربي، بحيث تصبح اللوحات حقائب متعددة الاستخدام، ضمن استراتيجيته في تبني المعايير البيئية بالشراكة مع جمعية اصدقاء جامعة بيرزيت وتم تسليمها لبلدية رام الله لاستعمالها في أنشطة برنامج مدارس صحية وصديقة للبيئة، وإنشاء غابة بنك فلسطين في قرية طولوزة في محافظة نابلس.

التنمية والتمكين الاقتصادي: إيماناً من بنك فلسطين بأهمية المساهمة في تمكين المرأة الفلسطينية اجتماعياً واقتصادياً قام البنك برعاية مجموعة من المعارض النسوية بالشراكة مع مؤسسات المجتمع المحلي ومنها: معرض "هداياكم من عنا غير 2022" بالشراكة مع منتدى سيدات الأعمال بمشاركة من جميع مناطق الضفة، والمساهمة في معرض "أصالة" السنوي، دعم برنامج التمكين الاقتصادي للمرأة، ودعم مشاريع خاصة بذوي الإعاقة في جامعة بيرزيت.

الثقافة والفنون: قام البنك في دعم النشاطات والحركة الثقافية لدورها في نهضة المجتمع وتطويره، ومنها: المساهمة في فعاليات "ع الدرج" في مدينة بيت لحم، ودعم الأنشطة الثقافية للمعهد الفرنسي في قطاع غزة، وعمل فعالية الخط العربي على هامش معرض فلسطين الدولي للكتاب.

الصحة: واصل البنك مساهماته في دعم القطاع الصحي للحفاظ على مجتمع خال من الأمراض، عن طريق دعم حملة أكتوبر والعيادة المتنقلة للتوعية بأهمية الكشف المبكر عن سرطان الثدي، وبرنامج العون والأمل لرعاية مرضى السرطان في قطاع غزة. كما وأطلق البنك حملة للتوعية حول أهمية الوقاية من الإصابة بالسكري بالتعاون مع مؤسسة جذور للإنماء الصحي والاجتماعي في إطار الحملة الوطنية لمكافحة السكري. وحملة السكري تحت شعار "الحياة حلوة لو سكرها قليل" (بنك فلسطين، 2022).

الرياضة: للتشجيع على حياة صحية وسليمة وتعزيز المشاركة الشبابية في الفعاليات الرياضية والاجتماعية، قام البنك برعاية ماراثون فلسطين الدولي الثامن بمشاركة (8000) متسابق/ة، ودعم أنشطة الاتحاد الفلسطيني للشراع والتجديف في غزة، ودعم أنشطة نادي غزة الرياضي.

تدخلات إنسانية: قام بنك فلسطين في تقديم المساعدات الإنسانية، من خلال تبنيه عدة برامج ومشاريع وشراكات مع جمعيات خيرية ومؤسسات مجتمعية تكفل الأيتام والأطفال وذوي الإعاقة ومساعدة الحالات الاجتماعية منها: عمل فعاليات ترفيهية للأطفال المرضى والأيتام في عيد الفطر، توزيع طرود غذائية بالشراكة مع العديد من مؤسسات المجتمع المحلي في الضفة الغربية وقطاع غزة (بنك فلسطين، 2022).

## الأنشطة الإنسانية في بنك فلسطين

قام بنك فلسطين بحملات إعلامية أهمها، حملة إعلامية بمناسبة اليوم الدولي للمتطوعين تحت عنوان: معاً نستطيع بالتطوع، كما أعلن البنك بالتعاون مع بعض المؤسسات الأممية التابعة للأمم المتحدة والتي تعمل في فلسطين والوكالة الفلسطينية للتعاون الدولي وعدد من المؤسسات، حملة إعلامية تستهدف المتطوعين لشكرهم على استجابتهم السريعة لحاجة المجتمع وقت جائحة كورونا، تحفز المجتمع الفلسطيني وتوعيه بأهمية التطوع الذي يشكل مبدأ أخلاقياً ووطنياً يساعد المجتمع في مجالاته المختلفة من العمل الإنساني والتنمية والاستجابة للمخاطر، ونظمت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بدعم من بنك فلسطين مخيمات البرمجة الشتوية، مخيمات "جيل كود"، لتعزيز التوعية لدى الشباب الفلسطيني وخلق جيل واعٍ تكنولوجياً وإبداعياً وقادر على حل المشاكل بمنطق وتعزيز التعلم الذاتي في هذا المجال (بنك فلسطين، 2022). واستكمالاً للعمل الإنساني والإغاثي الذي يستهدف العائلات النازحة منذ بداية الحرب في قطاع غزة، تضمنت المساعدة الإنسانية تأمين مستلزمات شتوية عاجلة للأطفال والأسر، والطرود الغذائية، وآلاف الوجبات الغذائية الساخنة، وعبوات المياه المعدنية والطرود الصحية، وإقامة نشاطات ترفيهية للتخفيف عن النازحين في مراكز الإيواء كنوع من الدعم النفسي، إلى جانب الاهتمام بالمرضى المتواجدين في مستشفيات الضفة الغربية والقدس والأردن من قطاع غزة وتقديم المساعدات العاجلة لهم، حيث وصل عدد التدخلات ما يقرب من (18) تدخلاً إنسانياً وتموياً حتى الآن بقيمة إجمالية تجاوزت (2.5) مليون دولار أمريكي (بنك فلسطين، 2024).

### 2.3.5 سادساً: البنك العربي

تم تسجيل البنك العربي في ( 21 ( مايو ) 1930 (كمؤسسة مصرفية تضم سبعة مستثمرين برأس مال قدره (15,000) جنيه فلسطيني. وبدأ نشاطه في القدس في ( 14 ( يوليو من نفس العام، حيث كان عبد الحميد شومان أول رئيس لمجلس إدارة البنك. منذ تأسيسه، كانت رؤية البنك تفعيل دوره كشريك في التنمية الاجتماعية والاقتصادية بالمنطقة. بعد انسحاب الانتداب البريطاني في 1948، فقد البنك فرعيه في يافا

وحيفاً، لكن رغم ذلك، أصر البنك على إعادة ودائع العملاء الذين أُجبروا على الفرار، مما أكسبه سمعة طيبة وأسس لولاء مستدام من العملاء.

تم إعادة افتتاح الفروع المغلقة، بما في ذلك فرع حيفا في بيروت، وتلاه فرع عمان ثم فرع يافا في نابلس. مع بدء الاضطرابات المدنية، تم نقل نشاط البنك إلى مكاتب في القدس القديمة. خلال الأربعينيات والخمسينيات، ساهم البنك في تحفيز الاقتصاد العربي، حيث افتتح 43 فرعاً برأس مال بلغ 5.5 مليون دينار أردني. كما استثمر في مجموعة واسعة من المشاريع في عدة دول عربية..

يُعتبر البنك العربي اليوم من أكبر الشبكات المصرفية العربية العالمية، حيث يمتلك أكثر من 600 فرع في خمس قارات، ويسهم في تطوير الاقتصاد من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية. يركز البنك على القيم الأساسية مثل الثقة، الالتزام، جودة الخدمة، وتطوير الموارد البشرية، ويتميز بوجوده في مراكز مالية رئيسية حول العالم.

فيما يخص المسؤولية الاجتماعية، يسعى البنك العربي لتحسين مستوى الخدمات المصرفية وتمويل المشاريع المختلفة. أطلق البنك برنامج "معاً" الذي يهدف إلى تمكين الموظفين والعملاء والمجتمعات غير الربحية من المشاركة الفعالة في التنمية الاجتماعية. يركز البرنامج على مجالات مثل مكافحة الفقر، حماية البيئة، التعليم، والصحة.

بلغت قيمة الاستثمارات المجتمعية للبنك 3.3% من صافي أرباحه، ما يعادل حوالي 20,786,000 دولار أمريكي، واستفاد 92,452 فرداً من أنشطة البنك في عام 2022. كما يُتيح البنك لعملائه إمكانية التبرع للمؤسسات غير الربحية عبر خدماته المصرفية، وقد بلغت تبرعات العملاء أكثر من 2,233,000 دينار أردني خلال نفس العام.

## المسؤولية الاجتماعية لدى البنك العربي

عمل البنك العربي كمؤسسة مالية تسعى للنهوض بمستوى الخدمات المصرفية، وتمويل مختلف المشاريع، وتلبية الاحتياجات المالية والمصرفية لمختلف الشرائح الاجتماعية والاقتصادية. فقد أطلق البنك برنامج "معاً" للمسؤولية الاجتماعية الذي يهدف إلى تمكين الموظفين والعملاء والمؤسسات غير الهادفة للربح ليصبحوا أعضاء فاعلين في المجتمع من خلال المشاركة الفاعلة في الأنشطة والمبادرات لتحقيق التنمية الاجتماعية ودعم المجتمع المحلي، وذلك من خلال مشاركتهم في عدد من الأنشطة والمبادرات المتنوعة. ويركز برنامج معاً على المساهمة في تلبية احتياجات وأولويات المجتمعات المحلية من خلال تطويرها في عدة مجالات تتركز في قطاعات؛ مكافحة الفقر وحماية البيئة والتعليم والصحة ودعم الأيتام. وتماشياً مع المحاور الرئيسية التي تم تحديدها، يحرص برنامج معاً على تحقيق مشاركة الموظفين في النشاطات التطوعية، والتعاون مع عدد من المؤسسات غير الربحية، واستخدام القنوات المصرفية لتشجيع تبرعات العملاء.

وقد بلغت قيمة الاستثمارات المجتمعية (3.3%) من صافي أرباح البنك العربي أي ما يقارب (20,786,000) دولار أمريكي، وبلغ عدد أفراد المجتمع المنتفعين من نشاطات البنك المجتمعية (92,452) خلال عام (2022)، حيث يعمل البنك العربي بشكل متواصل مع المؤسسات غير الربحية لخلق فرص تطوع فعالة ذات أثر لتمكين موظفيها وعائلاتهم للمساهمة في تنمية المجتمع وخدمته، وزيادة وعيهم بالمواضيع الاجتماعية والبيئية التي تواجه المجتمع. ويتيح البنك لعملائه التبرع عبر الخدمات المصرفية للمؤسسات غير الربحية المشاركة في برنامج معاً في الأردن الذي يركز على مجالات الصحة ومكافحة الفقر وحماية البيئة والتعليم ودعم الأيتام. وبلغت مجموع تبرعات عملاء البنك العربي أكثر من (2,233,000) دينار أردني خلال عام (2022) (البنك العربي، 2022).

أما في فلسطين، فقد خصص البنك العربي مبلغ (2 مليون دولار) لدعم مشاريع المسؤولية الاجتماعية وأنشطتها. فقد تبرع لصالح صندوق "وقفة عز"، والذي تم إنشاؤه من قبل الحكومة الفلسطينية لمواجهة

تداعيات وباء كورونا في فلسطين بهدف تركيز جميع الجهود الوطنية نحو المساهمة في تعزيز القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والصحية المتضررة من الأزمة. وبالإضافة إلى ذلك، تبرع موظفو البنك في فلسطين بمبلغ (200,000) دينار أردني للصندوق (البنك العربي، 2022).

كما وجدد البنك العربي تعاونه مع وزارة التنمية الاجتماعية لتحقيق التكافل الاجتماعي لأفراد المجتمع، من خلال المساهمة في توفير الاحتياجات الأساسية في شهر رمضان المبارك، والذي يشمل التبرع بطرود غذائية في (6) محافظات رئيسية: هي جنين، وطولكرم، ونابلس، والعيزرية/ القدس، ويطا/ الخليل، وأريحا (البنك العربي، 2024).

### الأنشطة الإنسانية للبنك العربي في فلسطين

قام البنك العربي بإنشاء برنامج "استدامة" لتوفير التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، بحجم (300) مليون دولار تساهم حكومة دولة فلسطين فيه بمبلغ (210) مليون دولار، يتم تنفيذها من خلال المصارف ومؤسسات الإقراض. ويأتي برنامج استدامة في إطار جهود سلطة النقد لمواجهة أزمة تفشي فيروس كورونا. ويأتي البرنامج في دراسة تفصيلية قامت بها سلطة النقد لتقدير تأثير الجائحة على الناتج المحلي الاجمالي. فقد تحولت الأزمة الصحية إلى أزمة اقتصادية متفاقمة تشكل تهديداً للمشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تمثل (98%) من المشاريع، مما يشكل أخطار نظامية على الاقتصاد الوطني وعلى الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين. ويهدف برنامج استدامة إلى تمكين المشاريع المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر التي تأثرت من أزمة فايروس كورونا بالاستمرار في الإنتاج وتقديم الخدمات، من خلال دعم رأس مال العامل والاستمرار في تسديد رواتب وأجور العاملين. ويهدف أيضا إلى السعي لاستدامة الشركات الصغيرة والمتوسطة وإنعاشها، والمساهمة في تمكين الاقتصاد في احتواء الأزمة المالية المتوقعة، والمساعدة في تحقيق النمو المخطط واستعادة النشاط الاقتصادي. كما يستهدف البرنامج إعادة بناء الأعمال التي تضررت بشكل مباشر من أزمة فايروس كورونا (كوفيد 19) وتميئتها. وتعمل تلك الأعمال في مجالات متعددة، تمثلت

في: المهنيون والحرف، المرافق والخدمات الصحية، مبيعات التجزئة (غير الغذائية)، المشاريع الصناعية، المشاريع الزراعية، مشاريع الإنشاءات، قطاع الخدمات، قطاع السياحة، مشاريع تكنولوجيا المعلومات، التعليم الحكومي والتعليم غير الإلكتروني، المشاريع المتوسطة والمشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر بما يشمل المشاريع التي تديرها المرأة، ومؤسسات الإقراض المتخصصة (البنك العربي، 2022).

#### 2.4 مقارنة بين البنك العربي وبنك فلسطين

يتشابه البنك العربي مع بنك فلسطين في أنهما مؤسستان ماليتان تسعيان للنهوض بمستوى الخدمات المصرفية وتلبية الاحتياجات المالية والمصرفية للشرائح الاجتماعية والاقتصادية المختلفة. كما ويسعى البنكان لتحقيق التنمية الاجتماعية ودعم المجتمع المحلي من خلال المسؤولية الاجتماعية عن طريق العديد من الأنشطة والمبادرات المتنوعة التي يقدمها كل من البنكين، كما أوضحنا سابقاً.

ويختلف البنك العربي عن بنك فلسطين من حيث تاريخ البنك، ومكان تواجد الرئيس، وعدد الفروع، وعدد الموظفين، ونسبة تخصيص المال لدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية حيث تأسس البنك العربي عام (1930)، ويتخذ من عمان الأردن مقراً للفرع الرئيس، وهو يعد أكبر بنك وافد إلى فلسطين. وقد خصص مبلغ 2 مليون دولار لدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية وبرامجها. أما بنك فلسطين فقد تأسس عام (1960)، ويعد أكبر البنوك الوطنية في فلسطين، ويخصص نسبة (5%) من أرباحه لدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية.

#### 2.5 الدراسات السابقة

من خلال البحث المكثف، وقراءة العديد من الدراسات السابقة، تبين للباحثة عدم وجود أي دراسة فلسطينية تتناول موضوع العلاقات العامة ودورها في القيام بالأنشطة الانسانية وتطويرها في البنوك، إضافة لندرة الدراسات العربية التي تبحث في هذا المجال. فمعظم الدراسات ارتكزت على دور المؤسسات ككل، والبنوك

بشكل خاص، في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية بشكل عام، بينما تتناول الدراسة الحالية دور العلاقات العامة بشكل محدد، ومجال الأنشطة الإنسانية على وجه الخصوص.

– دراسة المقرن (2020) "بعنوان المسؤولية الاجتماعية في إدارات العلاقات العامة". وتتناول هذه الدراسة دور الشركات في المسؤولية الاجتماعية، الذي يسهم في دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية، ويعزز الاعتراف بوجودها والمساهمة في تحقيق أهدافها. تُعتبر تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص وظيفة أساسية في إدارة العلاقات العامة، حيث تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي وتعزيز الشراكة المجتمعية. اعتمد الباحث على منهج البحث الاجتماعي في تناول موضوعاته، وتوصل إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن المسؤولية الاجتماعية للشركات أصبحت من القضايا الأكثر أهمية في سياق التنمية المستدامة. كما أظهر وجود ارتباط عميق بين وظيفة المسؤولية الاجتماعية وإدارة العلاقات العامة.

– دراسة علي (2016) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية وأثرها على رضا العاملين: دراسة تطبيقية على مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية وبنك الشمال الإسلامي" وتتناول هذه الدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية ورضا العاملين في البنوك، مستندة إلى نظرية الموارد والدراسات السابقة لبناء نموذج البحث من خلال صياغة مجموعة من الفرضيات، تتضمن وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية البيئية ورضا العاملين. تُعتبر تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص جزءاً أساسياً من إدارة العلاقات العامة، حيث تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن المؤسسة وتعزيز الشراكة المجتمعية.

اعتمد الباحث المنهج الوصفي، حيث تم إجراء الدراسة على عينة مكونة من 102 موظف في مصرفي الادخار والتنمية وبنك الشمال الإسلامي. توصل الباحث إلى عدة نتائج، أبرزها: وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية ورضا العاملين، بينما لم توجد علاقة بين المسؤولية الأخلاقية ورضا العاملين. كما أوصى الباحث بأهمية التركيز على المسؤولية الأخلاقية والقانونية لتعزيز رضا العاملين.

- دراسة موسى (2016) بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية في أداء شركات الاتصالات باستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن: دراسة حالة مجموعة سوداتل للاتصالات". هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في أداء شركات الاتصالات من خلال محاور بطاقة الأداء المتوازن. لتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي، الذي يعد الأنسب لطبيعة البحث. تمثلت أداة البحث في الاستبانة، وتم إجراء مسح شامل لجميع أفراد المجتمع الأصلي، والبالغ عددهم 50 موظفًا. توصل الباحث إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لشركات الاتصالات، بالإضافة إلى علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية ورضا العملاء. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية في هذه الشركات. ومع ذلك، لم تُظهر الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وعمليتي التعلم والنمو في شركات الاتصالات.

- دراسة القاضي (2016) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل". هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية بمحافظة الخليل تجاه العاملين، والمجتمع، والبيئة، والمستهلكين، والموردين. كما سعت للتحقق من تأثير المتغيرات المرتبطة بالشركة، مثل عمرها، وعدد العاملين، والشكل القانوني، ونوع النشاط الاقتصادي على تطبيق المسؤولية الاجتماعية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وطبقت أسلوب المسح الشامل من خلال إجراء مقابلات شخصية مع مديري الشركات، وتصميم استبانة تم توزيعها على 99 رئيس قسم، استُرجع منها 91 استبانة صالحة للتحليل. أظهرت النتائج أن الشركات الصناعية تلتزم بدرجة مرتفعة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه جميع الفئات المذكورة، مع وجود فروق إحصائية تتعلق بعمر الشركة، وعدد العاملين، والشكل القانوني، ونوع النشاط الاقتصادي. ومع ذلك، لم يكن هناك قسم مختص بالمسؤولية الاجتماعية في هذه الشركات. كما أشارت الدراسة إلى أن الشركات تخلط بين مفهومي العمل الخيري والمسؤولية

الاجتماعية، وأن معظم البرامج التي تقدمها تتمثل في هبات ومساعدات خيرية وأعمال تطوعية غير منظمة، ولا تتماشى مع السياسات العامة للشركة.

– دراسة الشريف (2016) بعنوان "تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين وسبل تطويرها". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى واقع تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين بمجالاتها المختلفة نحو: العاملين، والزبائن، والمجتمع المحلي، والمالكين، والبيئة. كما هدفت أيضاً إلى التعرف إلى تحديد أهم المعوقات التي تواجه تطبيقات المسؤولية الاجتماعية لدى بنك فلسطين في المجتمع المحلي. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واستخدمت المقابلات والاستبانة لجمع البيانات اللازمة لإتمام الدراسة. وقد استخدمت الباحثة أسلوب المسح الشامل، وقامت بتوزيع الاستبانة على العاملين الإداريين في بنك فلسطين فرع الخليل ودورا، وعددهم (9). وقامت بإجراء مقابلات مع أصحاب الإدارة العليا وعددهم (2) بما يخص المسؤولية الاجتماعية. توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن درجة تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين بمجالاتها المختلفة نحو: العاملين، والزبائن، والمجتمع المحلي، والمالكين، والبيئة، مرتفعة من وجهة نظر العاملين الإداريين وغير الإداريين. وتبين أن أهم المعوقات التي تواجه تطبيقات المسؤولية الاجتماعية تتمثل في احتياجات المجتمع التي لا حدود لها نتيجة للظروف الاقتصادية والسياسية. تبين أيضاً أنه لا يوجد نظام مكتوب يخص المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين يعكس استراتيجية البنك حول تطبيقات المسؤولية بمجالاتها المختلفة.

– دراسة الجعبري (2016) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات العائلية: الإشكاليات والمقترحات". هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات العائلية بمدينة الخليل، وتحديد المشكلات التي تعيق هذه الشركات عن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بشكل كامل، بهدف اقتراح حلول لتجاوز هذه التحديات. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واستخدمت أسلوب المسح الشامل من خلال إجراء مقابلات شخصية مع مديري الشركات، وتوزيع استبانة على رؤساء الأقسام في 10 شركات عائلية.

أظهرت النتائج أن معظم الشركات العائلية في الخليل تقتصر إلى قسم مختص بالمسؤولية الاجتماعية، لكنها تقوم بممارستها من خلال أقسام أخرى. كما تبين أن هذه الشركات ملتزمة بشكل كبير بتطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، والمستهلكين، والمجتمع، والبيئة. ومع ذلك، لا يزال هناك خلط بين مفهوم العمل الخيري والمسؤولية الاجتماعية لدى هذه الشركات. كما كشفت الدراسة عن وجود تحديات داخلية وخارجية تعيق تطبيق المسؤولية الاجتماعية بفعالية في الشركات العائلية.

– دراسة حلس (2016) بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين". سعت هذه الدراسة إلى استكشاف مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص، وتسليط الضوء على المبادئ الأساسية التي تقوم عليها، وأسباب انتشارها في المجتمع، ومدى التزام مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني بها، إلى جانب تقييم دورها وتأثيرها في تحقيق التنمية الاقتصادية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لتحليل المفاهيم المطروحة بدقة علمية بهدف تحديد خصائصها وتفسيرها للوصول إلى النتائج المرجوة. واجه الباحث صعوبة في قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين بشكل عام، فقام بمراجعة تجارب بعض الشركات الكبرى في القطاع الخاص الفلسطيني وقياس مستوى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ودورها في التنمية الاقتصادية. ومن بين هذه الشركات: مجموعة الاتصالات الفلسطينية، شركة باديكو القابضة، وبنك فلسطين. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: أن غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي تدعم مفهوم المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص أدى إلى عدم نضوج هذا المفهوم بشكل كامل في فلسطين. كما أن مساهمات القطاع الخاص الفلسطيني، سواء في التوظيف أو من خلال التبرعات والمساعدات المجتمعية، لا تكفي لإثبات التزامه الكامل بالمسؤولية الاجتماعية، والتي تشمل الحفاظ على البيئة، الشفافية، ممارسة العدالة والحكم الرشيد، تجنب التلاعب بالأسعار، تقديم خدمات عالية الجودة، ومراعاة حقوق الإنسان.

- والفليت (2016) بعنوان "مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته الاجتماعية: دراسة تطبيقية على المؤسسة المصرفية الفلسطينية-غزة". بينت الدراسة مدى التزام القطاع المصرفي الفلسطيني بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الفلسطيني، بالإضافة إلى معرفة أوجه المسؤولية الاجتماعية التي تقدمها المؤسسة المصرفية الفلسطينية. وقد اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين بالمؤسسة المصرفية الفلسطينية في غزة، وعددهم (15) موظفاً حيث اعتمد الباحث أسلوب المسح الشامل. وتم تصميم استبانة لجمع البيانات، وتوزيعها على موظفي المؤسسة المصرفية الفلسطينية بطريقة المسح الشامل. وجاءت الدراسة بنتائج، أهمها: للمؤسسة المصرفية الفلسطينية دور ملموس في تحملها للمسؤولية الاجتماعية، يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص. بالإضافة إلى توافق المسؤولية الاجتماعية مع قيم المجتمع الفلسطيني وأهدافه.

- دراسة الأغا وعليان (2016) بعنوان "قياس مدى تبني المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة العامة: دراسة حالة على الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية". هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى التزام الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً للمفاهيم والمعايير الدولية المتفق عليها، وذلك من خلال قياس مدى تبني هذه الشركات لمختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية، والتي تشمل: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، والبعد الإنساني. استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وشملت الدراسة جميع الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، وعددها 49 شركة، حيث تم توزيع استبانة على كل شركة. تم استرجاع 38 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وأظهرت النتائج أن هناك عدم توافق عام حول فقرات المحور الرابع المتعلق بـ "تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال البعد الإنساني"، حيث حصل على نسبة (63.79%). وبناءً على ذلك، يتضح أن الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية بجميع أبعادها الأربعة بدرجة متوسطة. كما خلصت الدراسة إلى أنه لا توجد فروقات كبيرة بين الشركات فيما يتعلق بتبني المسؤولية الاجتماعية

من خلال أبعادها الأربعة، ولا توجد اختلافات ملحوظة بين الشركات المدرجة في السوق والشركات الرائدة والمتميزة في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

- دراسة النعيمي (2015) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تكلفة رأس المال في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان. اعتمدت الباحثة على جمع البيانات اللازمة من التقارير المالية المنشورة في بورصة عمان والمقابلات الشخصية لعينة مكونة من 30 شركة صناعية خلال الفترة من 2009 إلى 2013. استخدمت الباحثة أسلوب الانحدار المتعدد للتنبؤ بأثر الإنفاق على أبعاد المسؤولية الاجتماعية، التي تشمل الإنفاق على المجتمع، العاملين، والبيئة، إضافة إلى دراسة أثر الإفصاح الاختياري عن المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال. أظهرت النتائج وجود علاقة سلبية بين حجم الإنفاق الكلي والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وتكلفة رأس المال، حيث تعزو الباحثة ذلك إلى قيام الشركات بالإفصاح عن أنشطتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بغض النظر عن حجم الإنفاق. أدى ذلك إلى تأثير الإفصاح على تكلفة رأس المال. عند فحص العلاقة بين كل متغير على حدة، تبين أن هناك علاقة سلبية بين تكلفة رأس المال وجميع المتغيرات المستقلة، إلا أن الإنفاق على المجتمع والبيئة لم يظهر تأثيراً إحصائياً ملحوظاً، ويُعزى ذلك إلى ضآلة المبالغ المخصصة لهذه الجوانب.

- دراسة الزيود (2013) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في الأردن (2008-2010)". هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى تطبيق البنوك العاملة في الأردن لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ببعديها الخارجي تجاه المجتمع، والداخلي تجاه موظفيها. وشملت عينة الدراسة (15) بنكاً بالفترة ما بين 2008 إلى 2010. وقد تم الاعتماد على بيانات التقارير السنوية الصادرة عن البنوك محل الدراسة وكذلك التقارير الصادرة عن جمعية البنوك في الأردن. وجاءت الدراسة بنتائج، أهمها: أن تطبيقات المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي تدخل ضمن سياسات البنوك وخططها سيراً نحو تحقيق

التمتية المستدامة، أما بالنسبة للعاملين في تلك البنوك، فقد تبين أن هناك تقصيراً تجاههم من ناحية المبالغ التي سيتم انفاقها، إضافةً إلى عدم توجيه الاهتمام نحو تدريبهم وتطوير قدراتهم.

– دراسة حبيب (2011) بعنوان "مدى إدراك المصارف التجارية لأهمية المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الفلسطينية". هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إدراك البنوك التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بعدة مجالات: تجاه الموظفين، تجاه العملاء، تجاه المجتمع المحلي، تجاه البيئة. استخدم الباحث في الدراسة أداة الاستبانة حيث تم توزيع (70) استبانة على عينة الدراسة بواقع (25) استبانة في قطاع غزة و(45) استبانة في الضفة الغربية. واستخدم المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة المحتوى من أجل الوصول إلى النتائج. وجاءت هذه الدراسة بنتائج، أهمها: يوجد إدراك لدى إدارات البنوك التجارية الفلسطينية حول أهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، ولكن ليس بالمستوى المطلوب. كما توصلت إلى أن هناك اختلافاً فيما يخص الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة البنوك.

– دراسة Bayoud, Bayoud, Kavanagh & Slaughter (2012) بعنوان "هل هناك علاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وسمعة الشركة في البلدان النامية". هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التمتية المستدامة وبين سمعة المنظمة، واستخدم الباحث في الدراسة أداة الاستبانة بواقع عينة تتكون من (34) من المؤسسات الليبية العاملة بقطاعات الصناعة والخدمات والمعادن عام 2007-2009 في ليبيا، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة المحتوى من أجل الوصول إلى النتائج، وجاءت هذه الدراسة بنتائج، أهمها: أن زيادة أنشطة المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى الزيادة في تحسين سمعة المنظمات كونها تساعد المنظمات في خلق صورة إيجابية عنها.

- دراسة Dmour & Askar (2011) بعنوان "أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المدرك للشركات: دراسة مقارنة بين الشركات المحلية والأجنبية في الأردن". هدفت الدراسة إلى معرفة دور المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على أداء الشركات، من خلال عمل مقارنة بين الشركات الأردنية والشركات الأجنبية، وتم التحقق إلى أي مدى تقوم المؤسسات والشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومراعاة اختلاف خصائص الشركات عن بعضها مثل: عدد الموظفين، رأس المال، عدد السنوات في الأعمال التجارية والاقتصادية، لم تعتمد هذه الدراسة على نظرية معينة، وجاءت هذه الدراسة بنتائج، أهمها: أن هناك تأثير كبير للمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات، وأن الشركات والمؤسسات التجارية التنفيذ الإيجابي لها من حيث القيام بالمسؤولية الاجتماعية على عكس الشركات والمؤسسات التجارية المحلية.

## 2.6 التعقيب على الدراسات السابقة

استعرضت الباحثة فيما سبق العديد من الدراسات ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة، وذلك بقصد التعرف على الآراء والتوجهات العلمية حول المشكلة البحثية. ولاحظت أن الدراسات السابقة تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية في الشركات والبنوك وإسهامها بتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها وتطويرها من زوايا مختلفة، وأن هذه الدراسات تسهم في إثراء البحث من الجانب النظري. وأتفقت الدراسات سابقة الذكر مع الدراسة الحالية في سعي المؤسسات والشركات لا سيما البنوك في تبني أهداف المسؤولية الاجتماعية وتحقيقها من خلال أنشطتها المختلفة، حيث أكدت الدراسات على ضرورة العمل على تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وربطها بتحقيق الأهداف البنكية، ودور العلاقات العامة، أو من ينوب عنها، في تقديم برامج تنسجم مع الأنشطة المجتمعية والبيئية والثقافية، وتسهم في تطوير وتحقيق نقلة نوعية في المجتمعات.

اختلف أسلوب الباحثين في إجراء دراساتهم، فمنهم من استخدم المنهج الوصفي التحليلي كدراسة علي (2016)، ودراسة موسى (2016) وحلس (2016) وحبيب (2011) وعطا الله والفليت (2016) ودراسة

والآغا وعليان (2016). ومنهم من جمع بين الاستبانة والمقابلة كأداتي دراسة، كدراسة الشريف (2016) والجعبري (2016) القاضي (2016)، ومنها من تميز بمنهج البحث الاجتماعي كدراسة المقرن (2020)، ومنها من استخدم الانحدار المتعدد والمقابلة كأداة دراسة مثل دراسة النعيمي (2015) وتبعاً لما سبق.

## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل الطرق والإجراءات، والتي تضمنت تحديد منهج الدراسة المتبعة، ومجتمع الدراسة والعينة، وعرض الخطوات والإجراءات العملية التي اتبعت في بناء أدوات الدراسة وخصائصها، ثم شرح مخطط تصميم الدراسة ومتغيراتها، والاختبارات الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة.

#### 3.1 منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات الكمية، للحصول على المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة، وذلك لأنه أكثر المناهج ملاءمة لطبيعة هذه الدراسة، كما يساعد على فهم ووصف الظاهرة وصفاً كمياً دقيقاً، وإن هذا المنهج لا يعتمد فقط على جمع المعلومات إنما يقوم بالربط وتحليل العلاقة ما بين متغيرات الدراسة للوصول إلى الاستنتاجات المرجو الوصول إليها من خلال الدراسة (عوده وملكاوي، 1992).

#### 3.2 مجتمع الدراسة وعينتها

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين، والبالغ (127) موظفاً، توزعوا على (بنك فلسطين=92 موظف، البنك العربي=35 موظف)، للعام 2024/2023، وذلك بناء على البيانات التي تم الحصول عليها من دائرة الموارد البشرية في البنوك محل الدراسة. حيث تم استرداد (92) استبانة خضعت جميعها للتحليل الإحصائي، أي ما نسبته (72%) من مجتمع الدراسة، وهي نسبة مناسبة لأغراض البحث العلمي، وقد لجأت الباحثة إلى استخدام أسلوب المسح الشامل لصغر حجم مجتمع الدراسة من العاملين في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين، وتوافرهم في مكان جغرافي واحد في مدينة جنين.

وفيما يلي وصف لعينة الدراسة حسب مُتغيرات الخصائص الديمُغرافية "المعلومات الشخصية" بالمُوظفين؛ وذلك كما هو مُوضح بالجدول رقم (1):

## جدول 1

### توزيع عينة الدراسة حسب مُتغيرات الخصائص الديمُغرافية (التعريفية) بالمُوظفين

رقم المجال	المتغيرات	المستوى	التكرار	النسبة المئوية%
1	النوع الاجتماعي	ذكر	51	55%
		أنثى	41	45%
2	العمر	أقل من 30 سنة	36	39%
		من 30 إلى أقل من 40 سنة	39	42%
		من 40 إلى أقل من 50 سنة	12	13%
		50 سنة فأكثر	5	5%
3	المستوى التعليمي	بكالوريوس فأقل	84	91%
		دراسات عليا	8	9%
4	الحالة الاجتماعية	أعزب	32	35%
		متزوج	60	65%
5	مكان الإقامة	مدينة	44	48%
		بلدة	17	18%
		قرية	31	34%
6	البنك الذي تعمل به	فلسطين	56	61%
		العربي	53	39%

يتبين من الجدول رقم (1) أن (55%) من عينة الدراسة هم من الذكور، وأن (42%) من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 سنة وهي الأعلى، أما أقل فئة عمرية فقد بلغت نسبتها (5%) للفئة العمرية 50 سنة فأكثر، وتبين أن (91%) من عينة الدراسة يحملون درجة البكالوريوس وهي الأعلى، بينما بلغت نسبة من لديهم دراسات عليا (9%) وهي الأقل، كما بلغت نسبة المتزوجون في عينة الدراسة (65%)، وبلغت نسبة العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين الذين يقيمون في المدينة (48%) وهي الأعلى، في حين بلغت نسبة من

يسكنون البلدة (18%)، وبلغت نسبة من يعملون في بنك فلسطين (61%)، في حين بلغت نسبتهم (35%) في البنك العربي.

### 3.3 أداة الدراسة (الاستبانة)

لتحقيق أهداف الدراسة ، اعتمدت الباحثة على الاستبانة المكونة من مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية، بعد اطلاع الباحثة على الأدب التربوي والدراسات السابقة وعلى مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية المستخدمة، واستعانت بمجموعة من الدراسات وذلك لملاءمتها لأهداف الدراسة، وقامت بتطوير أداة الدراسة بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية.

### 3.4 صدق مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية

استخدمت الباحثة نوعان من الصدق كما يلي:

- الصدق الظاهري (Face validity): للتحقق من الصدق الظاهري، ولمقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية، عرض المقياس بصورته الأولية على مجموعة من ذوي الخبرة والاختصاص ممن يحملون درجة الدكتوراه، كما هو موضح في ملحق (ب)، وقد تشكل المقياس في صورته الأولية من (36) فقرة، إذ اعتمد معيار الاتفاق (80%) كحد أدنى لقبول الفقرة، وبناءً على ملاحظات وآراء المحكمين أجريت التعديلات المقترحة، واستناداً إلى ملاحظات المحكمين، فقد عدلت صياغة بعض الفقرات وبقي عدد فقرات المقياس (36) فقرة.

- صدق البناء (Construct Validity): للتحقق من الصدق للمقياس استخدم صدق البناء، على عينة استطلاعية مكونة من (20) من العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين، من مجتمع الدراسة، واستخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط كل مجال مع الدرجة الكلية للمقياس، والجدول (2) يوضح ذلك:

## جدول 2

قيم معاملات ارتباط فقرات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية بالمجال الذي تنتمي إليه، وكذلك قيم معاملات ارتباط كل مجال، مع الدرجة الكلية للمقياس (ن=20)

الارتباط مع تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو زبائن البنك	الفقرة	الارتباط مع الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة	الفقرة	الارتباط مع الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها البنك	الفقرة	رقم المجال
**0.66	13	**0.82	9	**0.62	1	1
**0.74	14	**0.75	10	**0.74	2	2
**0.86	15	**0.75	11	**0.82	3	3
**0.66	16	**0.78	12	**0.75	4	4
**0.74	17			**0.75	5	5
**0.82	18			**0.78	6	6
**0.71	19			**0.66	7	7
**0.70	20			**0.74	8	8
الدرجة الكلية = **0.91		الدرجة الكلية = **0.94		الدرجة الكلية = **0.92		
الارتباط مع التحديات والعقبات	الفقرة	الارتباط الهدف من الأنشطة الإنسانية	الفقرة	الفقرة		
**0.84	27	**0.82	21			9
**0.92	28	**0.79	22			10
**0.88	29	**0.70	23			11
**0.94	30	**0.81	24			12
**0.94	31	**0.80	25			13
**0.93	32	**0.86	26			14
**0.93	33					15
**0.94	34					16
**0.93	35					17
**0.92	36					18
**0.88	37					19
الدرجة الكلية = **0.94		الدرجة الكلية = **0.90				

\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (p < .05) \*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (\*\* p < .01)

يلاحظ من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أنّ معامل ارتباط الفقرات تراوحت ما بين (0.62-0.94)، وكانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائيًا؛ إذ ذكر جارسيا (Garcia, 2011) أنّ قيمة معامل الارتباط التي تقلّ عن (0.30) تعتبر ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (0.30- أقل أو يساوي 0.70) تعتبر متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (0.70) تعتبر قوية، لذلك لم تحذف أيّ فقرة من فقرات المقياس وبقي عدد فقرات المقياس (37) فقرة.

### 3.5 ثبات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية

للتأكد من ثبات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية ومجالاته، وبهدف التّحقّق من ثبات الاتّساق الداخلي للمقياس، ومجالاته، فقد استخدمت معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على بيانات العيّنة الاستطلاعية، والجدول (3) يوضّح ذلك:

#### جدول 3

قيم معاملات ثبات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية بطريقة كرونباخ ألفا

الرقم	المجال	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
1	الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها البنك	8	0.90
2	الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة في البنك	4	0.92
3	تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو زبائن البنك	8	0.93
4	الهدف من الأنشطة الإنسانية	6	0.95
5	التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية	11	0.98
	الدرجة الكلية	37	0.97

يتضح من نتائج الجدول (3) أن قيم معاملات ثبات كرونباخ ألفا لمجالات مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية تراوحت ما بين (0.90-0.98)، كما يلاحظ أن معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية بلغ (0.97). وتعدّ هذه القيم مقبولة وجميعها أكبر من (0.70) وفق ما أقره فرنكلين ووالين (Fraenkel & Wallen, 2003)، وتجعل من مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية قابل للتطبيق على العينة الأصلية.

### 3.6 تصحيح مقياس الدراسة

تكوّن مقياس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية في صورته النهائية بعد قياس الصدق من (37) فقرة موزعة على خمس مجالات كما هو موضح في ملحق (ث)، وقد مثلت جميع الفقرات الاتجاه الإيجابي. وطُلب من المستجيب تقدير إجابته عن طريق تدرج ليكرت (Likert) خماسي، وأعطيت الأوزان للفقرات كما يلي: بدرجة عالية جداً (5) درجات، بدرجة عالية (4) درجات، بدرجة متوسطة (3) درجات، بدرجة ضعيفة (2) درجتان، بدرجة ضعيفة جداً (1)، درجة واحدة.

ولغايات تفسير المتوسطات الحسابية، وتحديد دور الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين لدى عينة الدراسة، حُوّلت العلامة وفق المستوى الذي يتراوح ما بين (1-5) درجات، وذلك وفقاً للمعادلة الآتية:

$$(1) \quad 0.80 = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (للتدرج)}}{\text{عدد المستويات المفترضة}} = \text{طول الفئة}$$

$$1-5 = \text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (للتدرج)}$$

$$5 = \text{عدد المستويات المفترضة}$$

وصنف المستوى إلى خمسة مستويات هي: مستوى منخفض جداً (من 1 إلى أقل من 1.80)، منخفض (من 1.80 إلى أقل من 2.60)، مستوى متوسط (2.60-أقل من 3.40)، مستوى مرتفع (3.40-أقل من 4.20)، مستوى مرتفع جداً (4.20-5).

### 3.7 متغيرات الدراسة

اشتملت الدراسة على المتغيرات المستقلة (المعلومات الشخصية) والتابعة الآتية:

أ. المتغيرات التصنيفية:

1. النوع: وله مستويان هما: (1-ذكر، 2-أنثى).
2. العمر: وله أربعة مستويات هي: (1- أقل من 30 سنة، 2- من 30 - إلى أقل من 40 سنة، 3- من 40 - إلى أقل من 50 سنة، 4- 50 سنة فأكثر).
3. المستوى التعليمي: وله أربعة مستويات: (1- ثانوية عامة فأقل 2-دبلوم، 3- بكالوريوس 4- دراسات عليا).
4. الحالة الاجتماعية: وله أربعة مستويات: (1- أعزب/عزباء 2-متزوج/ة، 3- مطلق/ة 4- أرمل/ة).
5. مكان الإقامة: وله أربعة مستويات: (1- مدينة 2-قرية، 3- بلدة 4- مخيم).
6. البنك الذي تعمل به: وله مستويان هي: (1- البنك العربي، 2- بنك فلسطين).

ب. المتغير التابع:

- الدرجة الكلية والمجالات الفرعية التي تقيس الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية حسب تقديرات المتوسطات الحسابية لعينة الدراسة.

### 3.8 إجراءات تنفيذ الاستبانة

نُفذت الاستبانة وفق الخطوات الآتية:

1. جمع المعلومات من العديد من المصادر كالكتب، المقالات، التقارير، الرسائل الجامعية، وغيرها، وذلك من أجل وضع الإطار النظري للدراسة.
2. الحصول على إحصائية بعدد العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين.

3. تحديد مجتمع الدّراسة، ومن ثم تحديد عيّنة الدّراسة.
4. تطوير أداة (الاستبانة) من خلال مراجعة الأدب التّربوي في هذا المجال.
5. تحكيم أداة الدّراسة.
6. تطبيق الاستبانة على عيّنة استطلاعية من مجتمع الدراسة، إذ شملت (20) من العاملين في دائرة العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية في البنك العربي وبنك فلسطين في مدينة جنين، وذلك بهدف التّأكد من دلالات صدق وثبات أدوات الدّراسة.
7. تطبيق أداة الاستبانة على العيّنة الأصليّة عن طريق توزيعها باستخدام الرابط الإلكتروني، والطلب منهم الإجابة على فقراتها بكل صدق وموضوعية، وذلك بعد إعلامهم بأنّ إجاباتهم لن تستخدم إلاّ لأغراض البحث العلمي.
8. معالجة البيانات المدخلة بعد استرداد (92) استبانة صالحة للتّحليل، حيث استخدم برنامج الرّزمة الإحصائي (SPSS, 28) لتّحليل البيانات، وإجراء التّحليل الإحصائي المناسب.
9. مناقشة النّتائج التي أسفر عنها التّحليل في ضوء الأدب النّظري والدّراسات السّابقة، والخروج بمجموعة من التّوصيات والمقترحات البحثية.

### 3.9 المعالجات الإحصائية

من أجل معالجة البيانات الكميّة وبعد جمعها استخدم برنامج الرّزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, 28) وذلك لاستخراج المعالجات الإحصائية الآتية:

1. المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنّسب المئوية.
2. معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لفحص الثّبات.
3. اختبار بيرسون (Pearson Correlation) لفحص صدق أداة الدّراسة.
4. اختبار (ت) (Independent Sample t-test) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسّطات الحسابية، وذلك حسب المتغير المستقل ذي المستويين مثل البنك الذي تعمل به.

5. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات

الحسابية حسب المتغير المستقل ذي الثلاث المستويات فأكثر، مثال ذلك مكان الإقامة.

6. المقارنات البعدية باستخدام اختبار أقل فرق دال (LSD).

## الفصل الرابع

### عرض نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وقد نظمت وفقاً لمنهجية محددة في العرض، حيث عرضت في ضوء أسئلتها وفرضياتها، ويتمثل ذلك في عرض نص السؤال أو الفرضية، يلي ذلك مباشرة الإشارة إلى نوع المعالجات الإحصائية المستخدمة، ثم جدولة البيانات، ووضعها تحت عناوين مناسبة، يعقبها تعليقات على أبرز النتائج المستخلصة؛ إذ عرضت النتائج المرتبطة بكل سؤال أو فرضية على حدة.

#### 4.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

##### 4.1.1 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما مدى ممارسة بنك فلسطين والعربي الأنشطة الإنسانية لتعزيز الصورة الذهنية من وجهة نظر العاملين فيها؟

للإجابة عن السؤال الأول، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للدرجة الكلية ول فقرات ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والعربي في تعزيز الصورة الذهنية، والجدول (4) يوضح ذلك:

#### جدول 4

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعياري لفقرات ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والعربي في تعزيز الصورة

الرقم	الفقرة	بنك فلسطين	المستوى	البنك العربي	المستوى
		المتوسط الانحراف		المتوسط الانحراف	
		الحسابي المعياري		الحسابي المعياري	
1	تقدم العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه مساعدات للطلبة المحتاجين بشكل يظهر حرصه على الأنشطة الإنسانية.	4.05	مرتفع	3.67	مرتفع
2	تدعم العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه العملية التعليمية من خلال دعم المؤسسات التعليمية بشكل مفتح.	4.09	مرتفع	3.64	مرتفع
3	يُقدم البنك الذي أُعمل فيه العملية التعليمية من خلال مساعدة الطلبة المحتاجين لتغطية نفقات تعليمهم.	3.89	مرتفع	3.47	مرتفع
4	يقدم البنك الذي أُعمل فيه مساعدات لذوي الاحتياجات الخاصة.	4.09	مرتفع	3.64	مرتفع
5	يساهم البنك الذي أُعمل فيه في دعم القطاع الصحي.	4.09	مرتفع	3.61	مرتفع
6	يساهم البنك الذي أُعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين.	3.71	مرتفع	3.22	متوسط
7	تُسهم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتتمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم.	4.25	مرتفع جداً	4.08	مرتفع
8	يقدم البنك الذي أُعمل فيه برامج وأنشطة للأيتام.	4.02	مرتفع	3.36	متوسط
	الدرجة الكلية	4.02	مرتفع	3.59	مرتفع

يتضح من الجدول (4) أن المُتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والعربي في تعزيز الصورة الذهنية جاء بدرجة مرتفعة وبلغ لبنك فلسطين والعربي على التوالي (4.02، 3.59)، أما المُتوسّطات الحسابية لفقرات الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة

الذهنية من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.71-4.25)، وجاءت الفقرة "تُسهّم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتنمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.25)، ومستوى مُرتفع جداً، في حين جاءت الفقرة "يساهم البنك الذي أعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.71)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.22-4.08)، وجاءت الفقرة "تُسهّم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتنمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.08)، ومستوى مُرتفع، بينما جاءت الفقرة "يساهم البنك الذي أعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.22)، ومستوى مُتوسط.

أي أن الأنشطة الإنسانية تتركز في تقديم مساعدات مالية لجهات مختلفة بشكل مرتفع، لكن تتراجع مساعدة المحتاجين للعلاج، وتنظيم أنشطة للأيتام إلى مستوى متوسط، وهذا يشير إلى اهتمام البنوك بشكل كبير بتخصيص أموال لمساعدة المؤسسات، وربما هي أسهل طريقة لتقديم المساعدات الإنسانية، حيث إن مساعدة الأفراد وتنظيم الأنشطة تتطلب جهداً كبيراً.

#### 4.1.2 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

للإجابة عن السؤال الثاني، حُسبت المُتوسّطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للدرجة الكلية ول فقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها، والجدول (5) يوضح ذلك:

## جدول 5

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها

الرقم الفقرة	بنك فلسطين		البنك العربي	
	المتوسط الحسابي المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المعياري	الانحراف المعياري
1	3.89	0.89	مرتفع	مرتفع
2	3.77	0.93	مرتفع	متوسط
3	3.79	0.93	مرتفع	متوسط
4	3.64	1.00	مرتفع	متوسط
	3.77	0.82	مرتفع	متوسط

يتضح من الجدول (5) أن المُتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها جاء بدرجة مرتفعة لبنك فلسطين وبلغ (3.77)، بينما جاء بدرجة متوسطة للبنك العربي بمتوسط حسابي بلغ (3.33)، أما المُتوسّطات الحسابية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.64-3.89)، وجاءت الفقرة "تشارك دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه في تنظيم حفلات خيرية" بالمرتبة الأولى،

بمتوسط حسابي قدره (3.89)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "تقدم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه المساعدات من خلال مؤسسات أخرى مثل لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.64)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى البنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.11-3.64)، وجاءت الفقرة "تشارك دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه في تنظيم حفلات خيرية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.64)، ومستوى مُرتفع، بينما جاءت الفقرة "تقدم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه المساعدات من خلال مؤسسات أخرى مثل لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.11)، ومستوى مُتوسط.

أي أن دوائر العلاقات العامة لدى البنك العربي تتركز في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من خلال تنظيم حفلات خيرية بشكل مرتفع، لكن تتراجع لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية إلى مستوى متوسط، وهذا يشير إلى اهتمام البنوك بشكل كبير بتخصيص أموال لمساعدة المؤسسات، وربما هي أسهل طريقة لتقديم المساعدات الإنسانية، حيث إن مساعدة الأفراد تتطلب جهداً كبيراً.

### 4.1.3 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

ما مستوى تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي من وجهة نظر العاملين فيها؟

للإجابة عن السؤال الثالث، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للدرجة الكلية ولفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي، والجدول (6) يوضح ذلك:

## جدول 6

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي

الرقم الفقرة	بنك فلسطين		البنك العربي		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
1	3.88	0.94	3.61	1.02	يوفر البنك الذي أعمل فيه خدمات إلكترونية تساعد على توصيل خدمات الأنشطة الإنسانية للمحتاجين من خلال قيام العلاقات العامة بنشر الإعلانات حول الأنشطة الإنسانية.
2	3.95	0.80	3.89	1.04	يعطي البنك الذي أعمل فيه أولوية للزبائن الذين يحتاجون إلى خدمات إنسانية.
3	3.82	0.83	3.69	0.95	يتم الرد على تساؤلات الزبائن بخصوص المساعدات الإنسانية بسرعة دون تأخير.
4	3.82	0.86	3.69	0.98	يهتم البنك بتسلم مقترحات الزبائن بخصوص المساعدات الإنسانية لاستخدامها في تطوير جودة خدماته.
5	3.80	0.84	90.3	0.92	يجري البنك دراسات دورية لقياس رضا الزبائن لاستخدامها في تطوير جودة خدماته بخصوص المساعدات الإنسانية.
6	3.75	0.88	62.3	0.93	يوضح البنك لزيائنه شروط تقديم خدمات إنسانية قبل تقديمها من خلال تعاقد دائرة العلاقات العامة مع مستشفيات وجامعات ومؤسسات أخرى بحيث يتمكن المستفيد من الوصول إلى المساعدات من خلالها.
7	4.04	0.79	3.86	1.02	يراعي البنك المعايير الأخلاقية فيما يقدمه للزبائن عن خدماته الإنسانية.
8	3.79	0.83	3.83	0.88	يراعي البنك مستويات الدخل السائدة في المجتمع عند تسعير خدماته.
	3.85	0.72	3.76	0.85	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول (6) أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات تطبيقات الأنشطة

الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي جاء بدرجة مرتفعة وبلغ لبنك فلسطين والعربي على

التوالي (3.85، 3.76)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن من وجهة

نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.75-4.04)، وجاءت الفقرة "يراعي البنك المعايير الأخلاقية فيما يقدمه للزبائن عن خدماته الإنسانية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.04)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "يوضح البنك لزيائنه شروط تقديم خدمات إنسانية قبل تقديمها من خلال تعاقد دائرة العلاقات العامة مع مستشفيات وجامعات ومؤسسات أخرى بحيث يتمكن المستفيد من الوصول إلى المساعدات من خلالها" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.75)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية ل فقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.61-3.90)، وجاءت الفقرة "يجري البنك دراسات دورية لقياس رضا الزبائن لاستخدامها في تطوير جودة خدماته بخصوص المساعدات الإنسانية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.90)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "يوفر البنك الذي أعمل فيه خدمات إلكترونية تساعد على توصيل خدمات الأنشطة الإنسانية للمحتاجين من خلال قيام العلاقات العامة بنشر الإعلانات حول الأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.61)، ومستوى مرتفع.

أي أن تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تقديم الخدمات الإنسانية جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير إلى اهتمام البنوك وحرصها بشكل كبير في تقديم الخدمات الإنسانية للزبائن بأكمل صورة.

#### 4.1.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع

مستوى الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر من وجهة نظر العاملين فيها؟

للإجابة عن السؤال الرابع، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للدرجة الكلية ول فقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية، والجدول رقم (7) يوضح ذلك:

## جدول 7

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية

الرقم	الفقرة	بنك فلسطين		البنك العربي	
		المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري
1	يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية إلى تقديم المساعدة للفئات المحتاجة من الجمهور.	3.91	0.92	مرتفع	مرتفع
2	يقوم البنك الذي أعمل فيه بالأنشطة الإنسانية بهدف النهوض بالمجتمع الفلسطيني وتميمته وتطويره.	4.00	0.81	مرتفع	مرتفع
3	يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية الترويج للبنك. لا يوجد هدف مادي للأنشطة	3.77	0.93	مرتفع	مرتفع
4	الإنسانية التي يقوم بها البنك الذي أعمل فيه. تظهر العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه أنها مهتمة في خدمة المجتمع وتقديم الأنشطة الإنسانية وتلبية احتياجاته بهدف تحسين الصورة أو السمعة أو تميزه عن بقية البنوك.	4.07	0.74	مرتفع	مرتفع
5	يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور. الدرجة الكلية	3.96	0.79	مرتفع	مرتفع
6	يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور. الدرجة الكلية	4.12	0.79	مرتفع	مرتفع
		3.97	0.63	مرتفع	مرتفع

يتضح من الجدول (7) أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية جاء بدرجة مرتفعة وبلغ لبنك فلسطين والعربي على التوالي (3.97، 3.65)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.77-4.12)، وجاءت الفقرة "يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.12)، ومستوى مرتفع، كما جاءت الفقرة "يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية الترويج للبنك" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.77)، ومستوى مرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.50-3.89)، وجاءت الفقرة "يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.89)، ومستوى مرتفع، كما جاءت الفقرة "يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية إلى تقديم المساعدة للفئات المحتاجة من الجمهور" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.50)، ومستوى مرتفع.

أي أن الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين في البنوك تتركز في تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور بشكل مرتفع، وهذا يشير إلى أن الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية بشكل كبير هو تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور.

#### 4.1.5 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

ما مستوى التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

للإجابة عن السؤال الخامس، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للدرجة الكلية ولفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية

الاجتماعية وتطويرها، والجدول (8) يوضح ذلك:

## جدول 8

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها

الرقم الفقرة	بنك فلسطين	البنك العربي	المستوى	المستوى	الانحراف	الانحراف
	المتوسط الحسابي المعياري	المتوسط الحسابي المعياري	المتوسط الحسابي المعياري	المتوسط الحسابي المعياري	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري
1	3.32	1.13	متوسط	متوسط	0.91	3.03
2	3.11	1.12	متوسط	متوسط	0.97	2.92
3	3.23	1.10	متوسط	متوسط	0.97	2.97
4	3.18	1.16	متوسط	متوسط	1.01	2.94
5	3.11	1.12	متوسط	متوسط	0.99	3.00
6	3.11	1.12	متوسط	متوسط	0.96	3.06
7	3.14	1.14	متوسط	متوسط	0.99	3.00
8	3.05	1.14	متوسط	متوسط	1.05	2.92
9	3.07	1.11	متوسط	متوسط	1.06	2.81
10	3.18	1.18	متوسط	متوسط	1.03	2.92
11	3.16	1.14	متوسط	متوسط	1.03	2.92
الدرجة الكلية	3.15	1.05	متوسط	متوسط	0.88	2.95

يتضح من الجدول رقم (8) أن المُتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها جاء بدرجة متوسطة وبلغ لبنك فلسطين والعربي على التوالي (3.15، 2.95)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.05-3.32)، وجاءت الفقرة "دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه لا تمتلك صلاحيات تنفيذ الأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأولى، بمُتوسط حسابي قدره (3.32)، ومستوى متوسط، كما جاءت الفقرة "لا تتوافر البيانات الاتصالية اللازمة لتنفيذ الأنشطة الإنسانية في دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أُعمل فيه" بالمرتبة الأخيرة بمُتوسط حسابي قدره (3.05)، ومستوى متوسط.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (2.81-3.06)، وجاءت الفقرة "لا يسمح الهيكل التنظيمي للبنك بقيام العلاقات العامة من أداء الأنشطة الإنسانية بكفاءة وفاعلية" بالمرتبة الأولى، بمُتوسط حسابي قدره (3.06)، ومستوى متوسط، كما جاءت الفقرة "لا تشارك دائرة العلاقات العامة في اجتماعات البنك الدورية فيما يتعلق بالأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأخيرة بمُتوسط حسابي قدره (2.81)، ومستوى متوسط.

هذا يشير على أن الموظفين لديهم اتجاه إيجابي نحو العلاقات العامة في البنكين بشكل عام، ويوضح أنهم يرون أن العلاقات العامة لديها صلاحيات وآليات وميزانية بشكل معقول، لكن تتراجع مشاركة دائرة العلاقات العامة في اجتماعات البنك الدورية.

وانبثق عن السؤال الثاني مجموعة من الفرضيات نوردتها كالآتي:

## 4.2 النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة

### 4.2.1 النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.

ومن أجل فحص الفرضية وتحديد الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (9) تبين ذلك:

### جدول 9

يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي

المجالات	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية	نكر	51	3.96	0.62	2.45	*0.02
	أنثى	41	3.61	0.76		

\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .05$ )

يتبين من الجدول (9) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \geq 0.5$ )، وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي وذلك لصالح الذكور.

أي أن الذكور يرون أن للأنشطة الإنسانية دور كبير في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك في فلسطين أكثر من الإناث.

#### 4.2.2 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر.

استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (10).

#### جدول 10

المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير العمر

المجالات	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدرجة الكلية	أقل من 30 سنة	36	3.72	0.76
	من 30- إلى أقل من 40 سنة	39	3.79	0.67
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	12	4.34	0.37
	50 سنة فأكثر	5	3.23	0.40

يتضح من خلال الجدول رقم (10): وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير العمر، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول (11) الموجود في الملحق ج.

يتبين من الجدول رقم (11) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \geq 0.5$ )، وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر.

وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية تبعاً إلى متغير العمر، أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) والجدول (12) الموجود في الملحق ج يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (12):

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) في المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر بين كل من الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50 سنة) من جهة وكل من الفئات العمرية (أقل من 30 سنة، من 30 إلى أقل من 40 سنة، 50 سنة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح العاملين في البنوك الذين تتراوح أعمارهم (من 40 إلى أقل من 50 سنة).

أي أن العاملين التي تتراوح أعمارهم (من 40 إلى أقل من 50 سنة) يرون أن للأنشطة الإنسانية دور كبير في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية أكثر من العاملين التي تتراوح أعمارهم أقل (من 30 سنة، من 30 إلى أقل من 40 سنة، 50 سنة) فأكثر.

#### 4.2.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

ومن أجل فحص الفرضية وتحديد الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (13) الموجود في الملحق ج تبين ذلك:

يتبين من الجدول (13) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \geq 0.5$ )، وبالتالي تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

#### 4.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية.

ومن أجل فحص الفرضية وتحديد الفروق تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (14) الموجود في الملحق ج تبين ذلك:

يتبين من الجدول (14) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \geq 0.5$ )، وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية، وذلك لصالح العاملين المتزوجين في البنوك في فلسطين.

أي أن العاملين المتزوجين في البنوك يرون بأهمية الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية أكثر من العاملين غير المتزوجين.

#### 4.2.5 النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة.

استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (15) الموجود في الملحق ج.

يتضح من خلال الجدول (14): وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير مكان الإقامة، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول (16) الموجود في الملحق ج.

يتبين من الجدول (16) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \geq 0.5$ )، وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة.

وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية تبعاً إلى متغير مكان الإقامة، أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) والجدول (17) الموجود في الملحق ج يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (17):

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) في المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة بين كل من (مدينة، وقرية) من جهة ومكان الإقامة (بلدة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح العاملين في البنوك الذين يسكنون المدينة والقرية.

أي أن العاملين في البنوك التي مكان إقامتهم مدينة وقرية هم من يرون بأهمية الأنشطة الإنسانية ودورها في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك أكثر من العاملين اللذين يسكنون البلدات.

#### 4.2.6 النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير البنك الذي تعمل به.

ومن أجل فحص الفرضية وتحديد الفروق تبعاً لمتغير البنك الذي تعمل به، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (18) الموجود في الملحق ج تبين ذلك:

يتبين من الجدول (18) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة، ( $\alpha \geq 0.5$ ) وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير البنك الذي تعمل به، وذلك لصالح العاملين في بنك فلسطين.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها، وقد اشتملت الدراسة على مجموعه من الأسئلة والفرضيات، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبني عليها التوصيات المختلفة.

#### 5.1 مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

- مناقشة نتائج السؤال (الرئيس) والذي ينص على ما مدى ممارسة بنك فلسطين والعربي الأنشطة الإنسانية لتعزيز الصورة الذهنية من وجهة نظر العاملين فيها؟

أشارت النتائج إلى أن ممارسة الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها بنك فلسطين والعربي في تعزيز الصورة الذهنية جاء بدرجة مرتفعة وبلغ لبنك فلسطين والعربي على التوالي (4.02، 3.59)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.71-4.25)، وجاءت الفقرة "تسهم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتنمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.25)، ومستوى مرتفع جداً، في حين جاءت الفقرة "يساهم البنك الذي أعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.71)، ومستوى مرتفع. قد يعود السبب في ذلك نظراً لكون بنك فلسطين هو أكبر بنك محلي في فلسطين تقع على عاتقه أولوية الاهتمام بالعاملين وصحتهم كونهم القاعدة الأساسية لاستمرار عمل المؤسسة والذي يسهم في تطورها وتقدمها وتميزها عن باقي المؤسسات.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.22-4.08)، وجاءت الفقرة "تُسهّم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتنمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.08)، ومستوى مُرتفع، بينما جاءت الفقرة "يساهم البنك الذي أُعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.22)، ومستوى مُتوسط.

ترى الباحثة أن علاقة المنشأة مع العاملين علاقة تبادلية تؤثر في تطوير أداء العاملين في حال رعت منظمات الأعمال مصالحهم ولَبّت مطالبهم، حيث إن تطوير عمل البنوك يرتبط بتنمية الموارد البشرية. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة دراسة علي (2016) التي أظهرت أن تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص وظيفية رئيسة من وظائف إدارة العلاقات العامة التي تسعى لبناء صورة إيجابية عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي. ودراسة دراسة القاضي (2016) التي أظهرت أن الشركات الصناعية تلتزم بدرجة مرتفعة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه كل من: العاملين، والمجتمع.

وتختلف نتيجة هذه الدراسة عن نتيجة دراسة الزيود (2013) بالنسبة للعاملين في تلك البنوك أن هناك تقصيراً تجاههم من ناحية المبالغ التي سيتم انفاقها، إضافةً إلى عدم توجيه الاهتمام نحو تدريبهم وتطوير قدراتهم.

– مناقشة نتائج السؤال الأول والذي ينص على ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

أشارت النتائج أن درجة الموافقة كانت مرتفعة على كافة الفقرات حيث تراوح المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين والبنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها جاء بدرجة مرتفعة لبنك فلسطين وبلغ (3.77)، بينما جاء

بدرجة متوسطة للبنك العربي بمتوسط حسابي بلغ (3.33)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى بنك فلسطين في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.64-3.89)، وجاءت الفقرة "تشارك دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه في تنظيم حفلات خيرية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.89)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "تقدم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه المساعدات من خلال مؤسسات أخرى مثل لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.64)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى البنك العربي في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.11-3.64)، وجاءت الفقرة "تشارك دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه في تنظيم حفلات خيرية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.64)، ومستوى مُرتفع، بينما جاءت الفقرة "تقدم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه المساعدات من خلال مؤسسات أخرى مثل لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.11)، ومستوى مُتوسط. وربما يعود ذلك إلى إدراك دائرة العلاقات العامة في البنوك بأهمية الأنشطة الإنسانية وسعيها الحثيث من خلال القيام بنشاطات وفعاليات تسهم في تطوير هذا الموضوع من خلال التعريف برسالة البنك، وتنظيم الحفلات الخيرية، ورعاية البرامج الاجتماعية والصحية والتنمية، وتنظيم حفلات تكريم للأيتام، وجمع تبرعات لعلاج مرضى السرطان، وتقديم المساعدات للمؤسسات والجمعيات الخيرية. هذا فضلاً عن تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية الذي بدوره يرتقي سمعة البنوك عالمياً ويمكنها من تحقيق مراكز متقدمة في التصنيفات العالمية.

تتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة عطا الله والفليت (2016) التي تقر بأن المؤسسة المصرفية الفلسطينية دور ملموس في تحملها للمسؤولية الاجتماعية، يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص. بالإضافة إلى توافق المسؤولية الاجتماعية مع قيم المجتمع الفلسطيني وأهدافه. ودراسة ( Bayoud, Bayoud, )

(Kavanagh & Slaughter, 2012) التي اتضح من خلالها أن زيادة أنشطة المسؤولية الاجتماعية

يؤدي إلى الزيادة في تحسين سمعة المنظمات كونها تساعد المنظمات في خلق صورة إيجابية عنها.

كما وتتفق هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية التي من مبادئها الأساسية تنص على إبراز دور المنظمة أو البنك في التزامها بالقانون والمعايير الأخلاقية والدولية. فالمسؤولية الاجتماعية للبنوك تمثل استراتيجية يمكن من خلالها تحقيق التقدم والرفاه الاجتماعي من خلال دعم قطاعات التعليم والثقافة وتعزيزها، ودعم الأطفال ودور الأيتام، والرعاية الصحية والاجتماعية، وتوسيع قاعدة التبادل الفكري والمعرفي، ونشر ثقافة الريادة والإبداع

– مناقشة نتائج السؤال الثاني والذي ينص على ما مستوى تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن لدى بنك فلسطين والبنك العربي من وجهة نظر العاملين فيها؟

أشارت النتائج إلى ان درجة الموافقة كانت جميعها (مرتفعه) على كافة الفقرات حيث تراوح المتوسط الحسابي لبنك فلسطين والعربي على التوالي (3.85، 3.76)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.75-4.04)، وجاءت الفقرة "يراعي البنك المعايير الاخلاقية فيما يقدمه للزبائن عن خدماته الإنسانية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.04)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "يوضح البنك لزيائنه شروط تقديم خدمات إنسانية قبل تقديمها من خلال تعاقد دائرة العلاقات العامة مع مستشفيات وجامعات ومؤسسات أخرى بحيث يتمكن المستفيد من الوصول إلى المساعدات من خلالها" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.75)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو الزبائن من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.61-3.90)، وجاءت الفقرة "يجري البنك دراسات دورية لقياس رضا الزبائن لاستخدامها في تطوير جودة خدماته بخصوص المساعدات الإنسانية" بالمرتبة الأولى،

بمتوسط حسابي قدره (3.90)، ومستوى مُرتفع، كما جاءت الفقرة "يوفر البنك الذي أُعمل فيه خدمات إلكترونية تساعد على توصيل خدمات الأنشطة الإنسانية للمحتاجين من خلال قيام العلاقات العامة بنشر الإعلانات حول الأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.61)، ومستوى مرتفع.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بإيمان دائرة العلاقات العامة في البنوك بفعالية هذه الاستراتيجيات في نقل دورها في مجال الأنشطة الإنسانية للجمهور وتوافقها مع قيم المجتمع وأهدافه.

وتتفق هذه الدراسة مع نتيجة دراسة عطا الله والفليت (2016) التي أظهرت أن المؤسسة المصرفية الفلسطينية دور ملموس في تحملها للمسؤولية الاجتماعية، يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص. بالإضافة إلى توافق المسؤولية الاجتماعية مع قيم المجتمع الفلسطيني وأهدافه.

– مناقشة نتائج السؤال الثالث والذي ينص على مستوى الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر من وجهة نظر العاملين فيها؟

أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت (كبيرة) على كافة الفقرات حيث تراوح المتوسط الحسابي لبنك فلسطين والعربي على التوالي (3.97، 3.65)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.77-4.12)، وجاءت الفقرة "يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.12)، ومستوى مُرتفع، "يهدف البنك الذي أُعمل فيه من الأنشطة الإنسانية الترويج للبنك" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.77)، ومستوى مُرتفع.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات الأهداف التي تسعى البنوك إلى تحقيقها من خلال الأنشطة الإنسانية من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (3.50-3.89)، وجاءت الفقرة "يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.89)، ومستوى

مرتفع، كما جاءت الفقرة "يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية إلى تقديم المساعدة للفئات المحتاجة من الجمهور" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.50)، ومستوى مرتفع.

وقد يعود السبب في أن البنك يهدف إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور لأن الصورة الذهنية ركيزة أساسية من ركائز نجاح أو فشل أي مؤسسة أمام جمهورها، وذلك لدورها المهم في تشكيل الآراء والانطباعات لتمثيل المؤسسة بأفضل صورة، مما يعكس الثقة المتبادلة بين المنظمة والمجتمع لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي (2016) والتي توضح بأن تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص وظيفة رئيسية من وظائف إدارة العلاقات العامة التي تسعى لبناء صورة إيجابية عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، وتسهم في الوقت نفسه في تعزيز الشراكة المجتمعية لها.

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية التي توضح أن المسؤولية الاجتماعية تسعى لتحسين سمعة المنظمات والبنوك في أذهان أفراد المجتمع والمتعاملين معه، وبالتالي تحقيق الفائدة للعملاء والعاملين.

- مناقشة نتائج السؤال الرابع والذي ينص على ما مستوى التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين فيها؟

أشارت النتائج أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والعربي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها جاء بدرجة (متوسطة) وبلغ لبنك فلسطين والعربي على التوالي (3.15، 2.95)، أما المتوسطات الحسابية لفقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في بنك فلسطين فقد تراوحت ما بين (3.05-3.32)، وجاءت الفقرة "دائرة

العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه لا تمتلك صلاحيات تنفيذ الأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأولى،  
بمتوسط حسابي قدره (3.32)، ومستوى متوسط، كما جاءت الفقرة "لا تتوافر البيئات الاتصالية اللازمة  
لتنفيذ الأنشطة الإنسانية في دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط  
حسابي قدره (3.05)، ومستوى متوسط.

في حين تراوحت المتوسطات الحسابية ل فقرات التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة  
لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها من وجهة نظر العاملين في البنك العربي ما بين (2.81-  
3.06)، وجاءت الفقرة "لا يسمح الهيكل التنظيمي للبنك بقيام العلاقات العامة من أداء الأنشطة الإنسانية  
بكفاءة وفاعلية" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.06)، ومستوى متوسط، كما جاءت الفقرة "لا  
تشارك دائرة العلاقات العامة في اجتماعات البنك الدورية فيما يتعلق بالأنشطة الإنسانية" بالمرتبة الأخيرة  
بمتوسط حسابي قدره (2.81)، ومستوى متوسط.

وربما يعود السبب في ذلك إلى وجود جهات أخرى في البنك تعنى بتلك الأمور إضافة إلى غياب الدور  
الواضح والمطلوب من دائرة العلاقات العامة، وربما يعود ذلك إلى أن دائرة العلاقات العامة لم تصل بعد  
لموقعها الريادي في البنوك فيما يتعلق بتحقيق المسؤولية الاجتماعية.

اختلفت هذه الدراسة مع دراسة المقرن (2020) والتي توضح أن ارتباط عميق بين وظيفة المسؤولية  
الاجتماعية وإدارة العلاقات العامة.

## 5.2 مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة  
نظر العاملين فيها تعزى للمتغيرات الديمغرافية التالية: (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، الحالة  
الاجتماعية، مكان الإقامة، البنك الذي تعمل فيه).

1. النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.

أشارت النتائج إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي وذلك لصالح الذكور، وتفسر الباحثة تلك النتيجة لزيادة عدد الموظفين الذكور عن الإناث البنك.

2. النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر.

أشارت النتائج على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر بين كل من الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50 سنة) من جهة وكل من الفئات العمرية (أقل من 30 سنة، من 30 إلى أقل من 40 سنة، 50 سنة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح العاملين في البنوك الذين تتراوح أعمارهم (من 40 إلى أقل من 50 سنة). تعتقد الباحثة ان اهتمام البنوك للفئة التي أعمارهم من 40 إلى 50 سنة حيث قد يكون لديهم الخبرة والمعرفة الشاملة في تطبيق الأنشطة الإنسانية وتحقيق التوازن بين كل من المجتمع والمنظمة وبالتالي تعزيز الصورة الذهنية لها.

3. النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

أشارت النتائج على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير المستوى التعليمي، وتفسر الباحثة تلك النتيجة أن دور القطاع المصرفي في مجال المسؤولية المجتمعية في غاية الأهمية، كونه يمتلك رأس مال وقوة اقتصادية قادرة على إحداث نقلة نوعية في المجتمع. ومن خلاله يمكن إبراز دور المنظمة أو البنك في التزامها بالقانون والمعايير الأخلاقية والدولية.

4. النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية.

أشارت النتائج على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية، وذلك لصالح العاملين المتزوجين في البنوك في فلسطين، حيث ترى الباحثة أن سبب ذلك هو أن المسؤولية الاجتماعية هي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة حيث تعمل على غرس روح المسؤولية

الاجتماعية بين الجماهير. وهذا ما يجعل المجتمع والمؤسسات تتغلب على عقباتها بفضل المشاركة الجماهيرية، وبالتالي القضاء على العزلة وتحقيق التنمية الاجتماعية.

5. النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة.

أشارت النتائج على أنه وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.5$ ) في المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة بين كل من (مدينة، وقرية) من جهة ومكان الإقامة (بلدة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح العاملين في البنوك الذين يسكنون المدينة والقرية. ترى الباحثة أن سبب ذلك الأساس الذي من خلاله تبني المنظمات وجودها في المجتمع الذي تتواجد فيه هو المسؤولية الاجتماعية.

6. النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير البنك الذي تعمل به.

أشارت النتائج إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.5$ ) بين متوسطات استجابة عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير البنك الذي تعمل به، وذلك لصالح العاملين في بنك فلسطين، وتعتقد الباحثة أن سبب ذلك هو أن بنك فلسطين

يركز على دوره في الوفاء بمسؤوليته الاجتماعية تجاه العملاء والعاملين، ودمج الفوائد التي تجتمع بتحسين سمعة البنك، والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع، وصولاً لتحسين وضعها في السوق.

### 5.3 التوصيات

توصي الباحثة بما يلي:

1. ضرورة امتلاك دائرة العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية خطة استراتيجية واضحة المعالم لدعم الأنشطة الإنسانية وضرورة امتلاكها صلاحيات تنفيذ الأنشطة الإنسانية.
2. ضرورة زيادة مشاركة العلاقات العامة في اجتماعات البنك الدورية فيما يتعلق بالأنشطة الإنسانية.
3. تكثيف البرامج التثقيفية والتدريبية والتطويرية للموظفين في دائرة العلاقات العامة في البنك العربي وبنك فلسطين فيما يتعلق بالأنشطة الإنسانية.
4. تحديد المهام والمسؤوليات التي تقع على عاتق دائرة العلاقات العامة فيما يتعلق بمجال الأنشطة الإنسانية وتجنب تداخل مهامها مع أي دوائر أخرى في البنك.
5. ضرورة الأخذ بتوصيات ومقترحات دائرة العلاقات العامة في البنك من قبل الإدارة العليا. فيما يدعم عمليات التغيير كمتطلب من متطلبات الأنشطة الإنسانية.
6. ضرورة توافر الموارد والإمكانات وعمل مخصصات مالية للأنشطة الإنسانية في العلاقات العامة وبرامجها المختلفة.
7. عقد مزيد من الدراسات حول دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية في البنوك الفلسطينية.

تم بحمد الله

## المصادر والمراجع

ابراهيم ، ع.. (2014). العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية.

ابو اصبع، صالح خليل. (2019). العلاقات العامة والاتصال الانساني. جامعة فيلادلفيا، صفحة 102.

تم الاسترداد من

[https://archive.org/details/menaceurk\\_yahoo\\_20180427\\_1414/page/n3/mode/2up](https://archive.org/details/menaceurk_yahoo_20180427_1414/page/n3/mode/2up)

الاسراج، حسين. (2014). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة

العربية السعودية. *MPRA Paper*، صفحة 26. تم الاسترداد من <https://mpr.aub.uni->

[/muenchen.de/54977](https://muenchen.de/54977)

الاغا، م.. (2007). العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق والأداء في المؤسسات

الصناعية بغزة. صفحة 30.

الأغا، وفيق وعليان، فتحي. (2016). قياس مدى تبني المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة

العامة: دراسة حالة على الشركات الدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية. *دراسة مقدمة للمؤتمر*

*العلمي الأول لكلية إدارة المال والأعمال، المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وتأثيرها*

*على المجتمع. رام الله، فلسطين.*

أنور، نورا محمد عماد الدين. (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية:

*دراسة تطبيقية. تم الاسترداد من [/https://khair.ws/library/259](https://khair.ws/library/259)*

ايزيتي، خديجة. (2010). أثر العلاقات العامة من خلال صورة المؤسسة على سلوك المستهلك: دراسة

حالة مؤسسة ATM MOBILIS. (رسالة ماجستير منشورة). تم الاسترداد من

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/3073>

بدوي، هناء حافظ. (2002). العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية وتطبيقات. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

البياني، س. (2010). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في العراق ودورها في تأطير حماية المستهلك. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، صفحة 89.

التميمي، خلف. (2018). استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات. الطبعة 2، الأردن، دار امجد للنشر والتوزيع، الصفحات 19-22.

الجعبري، نها. (2016). المسؤولية الاجتماعية في الشركات العائلية: الإشكاليات والمقترحات. رسالة ماجستير منشورة.

حبيب، خالد صبحي. (2011). مدى إدراك المصارف لأهمية المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية : دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الفلسطينية. المنظومة.

الحكيم، م.. (2011). المسؤولية الاجتماعية للمصارف والمؤسسات المالية: مفهومها وأهميتها. مجلة الدراسات المالية والمصرفية، صفحة 2.

حلس، رائد. (2016). دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين. CORE.

دادن، ع. ورشيد، ح.. (2012). المسؤولية الاجتماعية بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية.

دراغمة، رافع. (2011). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة (دراسة مسحية مقارنة). رسالة دكتوراه منشورة، قسم العلاقات العامة، كلية الدراسات العليا، جامعة لاهاي، هولندا.

الدليمي، عبد الرازق. (2011). الهندسة البشرية والعلاقات العامة هندسة القبول والرضا. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

زريقات، خالد خلف سالم. (2013). أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية. دراسة تطبيقية فقي المصارف التجارية الاردنية. صفحة 4.

زغب أ. (2010). دور القطاع الخاص الفلسطيني في تعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية. مؤتمر المسؤولية المجتمعية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين. *المسؤولية المجتمعية*. فلسطين: جامعة القدس المفتوحة.

الشرح، ر. (2014). المسؤولية الاجتماعية والتنمية للبنوك الإسلامية ودورها في دعم المشروعات الصغيرة. ورشة العمل الخامسة لمركز الكويت للاقتصاد الإسلامي. (الصفحات 3-4). الكويت: مركز الكويت للاقتصاد الإسلامي.

الشريف، سجود. (2016). تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين وسبل تطويرها. رسالة ماجستير منشورة.

شبية، شدوان علي. (2008). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية.

صادق، كريمان محمد فريد. (1990). المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية.

الضلاعين، علي والشمايلة، ماهر واللحام، ماهر وكافي، ماهر. (2015). الإعلام والعلاقات العامة. عمان: دار الاعصار العلمي - مكتبة المجمع العربي.

الطخيس، إبراهيم والجرتولي، عبد الرحمن. (1984). العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية. مطابع الشرق الأوسط. الرياض.

عبد السميع، غريب. (2006). الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. الاسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.

عبد المتعال، م. ورفاعي، ر. (2007). الإدارة الإستراتيجية. مصر: دار المريخ للنشر.

عجوة، علي و فريد، كريمان. (2008). إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات. القاهرة، مصر: عالم الكتب.

عجوة، علي. (2002). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. القاهرة، مصر: عالم الكتب.

عطا الله، سمر والفليت، خلود. (2016). مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته الاجتماعية: دراسة تطبيقية على المؤسسة المصرفية الفلسطينية. المؤتمر العلمي الاول لكلية إدارة المال و الاعمال. 2، الصفحات 1-33. غزة: جامعة فلسطين.

عطار، اقبال بنت احمد. (2007). المهارات الاجتماعية والخجل وعلاقتها بالتحصيل لدى الطالبات من مراحل دراسية مختلفة بالمملكة العربية السعودية. المنظومة، 2، الصفحات 57 - 84.

علي، محمد. (2016). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على رضا العاملين: دراسة تطبيقية على مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية وبنك الشمال الإسلامي. رسالة ماجستير منشورة.

عمرو، يونس. (2010). دليل المسؤولية المجتمعية للجامعات. جامعة القدس المفتوحة. رام الله، فلسطين

العمرى، غدير احمد. (2014). نظرية المسؤولية الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، صفحة 5.

عورة، أحمد وملكاوي، فتحي. (1992). أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، عناصر البحث ومناهجه والتحليل الإحصائي. مكتبة الكتابة، اربد، الأردن.

الغالب، طاهر محسن منصور والعامري، صالح مهدي. (2005). المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال : الأعمال و المجتمع. 1.

غويني، سمير و بن عودة، مصطفى. (2011). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة والعمومية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة دفاتر اقتصادية، 2(2)، الصفحات 64-80. تم الاسترداد من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/24722>

فريحة، كريم محمد. (2012). العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي. الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.

فهيمية، حمدي. (2009). اثر ضغوط العمل على أداء المورد البشري. دراسة حالة. رسالة ماجستير منشورة، جامعة أم البواقي.

القاضي، أحمد سامي عدلي إبراهيم. (2010). المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات

مساهمة مصرية (مجالاتها- تأثيرها على الأداء): دراسة ميدانية مقارنة لعينة من فروع البنوك العامة

والخاصة العاملة بمحافظة أسيوط. الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية. تم الاسترداد من

[/https://www.csrna.net/sites/default/files](https://www.csrna.net/sites/default/files)

القاضي، ايمان. (2016). المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل. رسالة

ماجستير منشورة.

القمرى، ابراهيم. (1976). السلوك الإنساني والعلاقات العامة. الاسكندرية - مصر: دار الجامعات

المصرية.

كردي، سميرة. (2010). الذكاء الإنفعالي وعلاقته بالمهارات الاجتماعية والفعالية الذاتية والقيادة التربوية لدى عينة من مديرات المدارس الثانوية في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية دراسة وصفية ارتباطية. المنظومة، 1، الصفحات 203 - 289.

المقرن، محمد بن عبد الله. (2020). المسؤولية الاجتماعية في إدارات العلاقات العامة. المجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية.

موسى، مصعب. (2016). دور المسؤولية الاجتماعية في أداء شركات الاتصالات باستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن، دراسة حالة مجموعة سوداتل للاتصالات. رسالة ماجستير منشورة.

النسور، رابعة سالم والنعمي، محمد عبد العال. (2010). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية العاملة في الأردن. المنظومة.

النعمي، فاتن. (2015). 24. النعمي، فاتن (2015). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على رضا العاملين: دراسة تطبيقية على مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية و الشمال الإسلامي. رسالة ماجستير منشورة.

النمروطي، خليل. (2012). بطالة الخريجين ودور المشاريع الصغيرة في علاجها. جامعة الازهر، غزة. وهيبة، م.. (2011). سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال: دراسة حالة ثلاثة شركات عربية . الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.

- Biehal, G. J., & Sheinin, D. A. (2007). The Influence of Corporate Messages on the Product Portfolio. *Journal of Marketing*, 71(2), 12–25. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.2.12>
- Bayoud, N. Bayoud, Kavanagh, M. & Slaughter, G. (2012). Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*. 4. 10.5539/ijef.v4n4p13.
- Chung, K. H., Yu, J. E., Choi, M. G., & Shin, J. I. (2015). The Effects of CSR on Customer Satisfaction and Loyalty in China: The Moderating Role of Corporate Image. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(5), 542–547. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.243>
- Corporate Social Responsibility*. (2019, May 8). Trinitycarefoundation. [https://trinitycarefoundation.org/csrprogrammesindia/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwh4-wBhB3EiwAeJspAirk22PYrqKEtpp3qoeGLGkTnzK11wfPCNDliATUp1m76kPl eYuPRoC8sUQAvD\\_BwE](https://trinitycarefoundation.org/csrprogrammesindia/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwh4-wBhB3EiwAeJspAirk22PYrqKEtpp3qoeGLGkTnzK11wfPCNDliATUp1m76kPl eYuPRoC8sUQAvD_BwE)
- Gray, R. (2002). The social accounting project and Accounting Organizations and Society Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique? *Accounting Organizations and Society*, 27(7), 687–708. [https://doi.org/10.1016/s0361-3682\(00\)00003-9](https://doi.org/10.1016/s0361-3682(00)00003-9)
- McQuail, D. (2005) *McQuail's Mass Communication Theory. 5th Edition*, Sage Publications Ltd., London. - *References - Scientific Research Publishing*. (n.d.). <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1839060>
- McQuail's Mass Communication Theory*. (n.d.). Google Books. [http://books.google.ie/books?id=\\_vfCtbqCrrkC&printsec=frontcover&dq=McQuail,+D.+\(2005\)&hl=&cd=1&source=gbs\\_api](http://books.google.ie/books?id=_vfCtbqCrrkC&printsec=frontcover&dq=McQuail,+D.+(2005)&hl=&cd=1&source=gbs_api)
- Patil, Y. D. (2014). Corporate Social Responsibility Towards Environmental Management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2403680>

Du, Shuili & Bhattacharya, CB & Sen, Sankar. (2010). Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: Overcoming the Trust Barrier. *Management Science*. 57. 1528-1545. 10.2307/41261914.

Shen, H. (2006, December 5). Public Relations and MNCs' Corporate Social Responsibility: From A Developing Country's Perspective. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/277104654\\_Public\\_Relations\\_and\\_MNCs'\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_From\\_A\\_Developing\\_Country's\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/277104654_Public_Relations_and_MNCs'_Corporate_Social_Responsibility_From_A_Developing_Country's_Perspective)

Dawkins, C. E., & Ngunjiri, F. (2008). *Corporate Social Responsibility Reporting in South Africa*. <https://pdfs.semanticscholar.org/c3e1/095209d3f72ff66e07b8f3b152fab099edea.pdf>.

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research In education (8th ed.)*. New York: Mc Graw Hill.

: (2023/9/1) تاريخ زيارة الموقع الإلكتروني للبنك فلسطين، <https://www.bankofpalestine.com/ar/personal>

: (2023/9/1) تاريخ زيارة الموقع العربي، البنك العربي، <https://www.arabbank.ps/ar/leftnavigation/smart->

## الملاحق

### ملحق (أ)

#### محكمو الاستبانة

مكان العمل	المحكم
جامعة العربية الأمريكية	الدكتور محمود خلوف
جامعة النجاح الوطنية	الدكتور عمر أبو عرقوب
جامعة النجاح الوطنية	الدكتور شادي ابو عياش
جامعة العربية الأمريكية	الدكتورة هنادي دويكات

الملحق (ب)

الاستبانة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

.....

استبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الموظف، أختي الموظفة

تحية طيبة وبعد،

تتفد الطالبة ساجدة شعبان من كلية الدراسات العليا-ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية بحثا حول "دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها"، لنيل درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة من جامعة النجاح الوطنية، بإشراف الدكتور فريد أبوضهير.

لذلك برجاء التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لمجالات البحثي العلمي، ولخدمة هذه الرسالة فقط.

وتقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير

الباحثة: ساجدة

شعبان

جامعة النجاح الوطنية

المحور الأول: المعلومات الشخصية

يرجى وضع (X) في المكان المناسب لحضرتكم

1- النوع:  ذكر  أنثى

2- العمر:  أقل من 30 عاماً  30-أقل من 40 عاماً  40-أقل من 50 عاماً

50 عاماً فأكثر

3- المستوى التعليمي:  ثانوية عامة فأقل  دبلوم متوسط  بكالوريوس

دراسات عليا

4- الحالة الاجتماعية:  أعزب/عزباء  متزوج/متزوجة  مطلق/مطلقة

أرمل/أرملة

5- مكان الإقامة:  مدينة  قرية  بلدة  مخيم

البنك الذي تعمل به:

البنك العربي

بنك فلسطين

هل تعتقد أن الأنشطة الإنسانية ومساعدة المحتاجين تحتل جزءا من اهتمام البنك وخطته الاستراتيجية؟

يرجى وضع (X) للإجابة التي تناسب وجهة نظرك تجاه العبارات الآتية:

المحور الثاني: الأنشطة الإنسانية التي يقوم بها البنك الذي تعمل فيه، في حدود معرفتك؟

الرقم	العبارة	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة جداً
1	تقدم العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه مساعدات للطلبة المحتاجين بشكل يظهر حرصه على الأنشطة الإنسانية.				
2	تدعم العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه العملية التعليمية من خلال دعم المؤسسات التعليمية بشكل مقنع.				
3	يدعم البنك الذي أعمل فيه العملية التعليمية من خلال مساعدة الطلبة المحتاجين لتغطية نفقات تعليمهم.				
4	يقدم البنك الذي أعمل فيه مساعدات لذوي الاحتياجات الخاصة.				
5	يساهم البنك الذي أعمل فيه في دعم القطاع الصحي.				
6	يساهم البنك الذي أعمل فيه في دعم القطاع الصحي من خلال تغطية نفقات علاج المحتاجين.				
6	تُسهّم العلاقات العامة في البنوك الفلسطينية بتتمية الموارد البشرية من خلال الاهتمام بصحة العاملين وتوفير التأمين الصحي لهم.				
7	يقدم البنك الذي أعمل فيه برامج وأنشطة للأيتام.				

إذا كان هناك مساعدات إنسانية في مجالات أخرى، أرجو أن تذكرها.

.....  
.....  
....

المحور الثالث: الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والبنك العربي لتحقيق أهداف الأنشطة الإنسانية وتطويرها في نطاق المسؤولية الاجتماعية تجاه الجماهير والأنشطة ذات العلاقة.

الرقم	العبارة	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة جداً
1	تشارك دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه في تنظيم حفلات خيرية.				
2	ترعى دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه تنظيم حفلات تكريم للأيتام.				
3	تساهم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه بجمع تبرعات لعلاج مرضى السرطان.				
4	تقدم دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه المساعدات من خلال مؤسسات أخرى مثل لجنة الزكاة والجمعيات الخيرية.				

إذا كان هناك أنشطة وفعاليات تقوم بها دائرة العلاقات العامة في مجالات أخرى، أرجو أن تذكرها.

.....  
.....

#### المحور الرابع: تطبيقات الأنشطة الإنسانية نحو زبائن البنك:

الرقم	الفقرات	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة ضعيفة جداً
1	يوفر البنك الذي أعمل فيه خدمات إلكترونية تساعد على توصيل خدمات الأنشطة الإنسانية للمحتاجين من خلال قيام العلاقات العامة بنشر الإعلانات حول الأنشطة الإنسانية.					
2	يعطي البنك الذي أعمل فيه أولوية للزبائن الذين يحتاجون إلى خدمات إنسانية.					
3	يتم الرد على تساؤلات الزبائن بخصوص المساعدات الإنسانية بسرعة دون تأخير.					
4	يهتم البنك بتسلم مقترحات الزبائن بخصوص المساعدات الإنسانية لاستخدامها في تطوير جودة خدماته.					
5	يجري البنك دراسات دورية لقياس رضا الزبائن لاستخدامها في تطوير جودة خدماته بخصوص المساعدات الإنسانية.					
6	يوضح البنك لزيائنه شروط تقديم خدمات إنسانية قبل تقديمها من خلال					

---

تعاقد دائرة العلاقات العامة مع مستشفيات وجامعات ومؤسسات أخرى بحيث يتمكن المستفيد من الوصول إلى المساعدات من خلالها. يراعي البنك المعايير الأخلاقية فيما يقدمه للزبائن عن خدماته الإنسانية.	7
يراعي البنك مستويات الدخل السائدة في المجتمع عند تسعير خدماته.	8

---

إذا كان هناك تطبيقات للأنشطة الإنسانية نحو زبائن البنك في مجالات أخرى، أرجو أن تذكرها.

.....

.....

المحور الخامس: الهدف من الأنشطة الإنسانية:

أ\_ يرجى وضع (X) للإجابة التي تناسب وجهة نظرك تجاه العبارات الآتية

الرقم	العبارة	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة جداً
1	يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية إلى تقديم المساعدة للفئات المحتاجة من الجمهور.				
2	يقوم البنك الذي أعمل فيه بالأنشطة الإنسانية بهدف النهوض بالمجتمع الفلسطيني وتمميته وتطويره.				
3	يهدف البنك الذي أعمل فيه من الأنشطة الإنسانية الترويج للبنك.				
4	لا يوجد هدف مادي للأنشطة الإنسانية التي يقوم بها البنك الذي أعمل فيه.				
5	تظهر العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه أنها مهتمة في خدمة المجتمع وتقديم الأنشطة الإنسانية وتلبية احتياجاته بهدف تحسين الصورة أو السمعة أو تمييزه عن بقية البنوك.				
6	يهدف البنك إلى تكوين صورة إيجابية عنه لدى الجمهور.				

إذا كان هناك أهداف أخرى يسعى البنك إلى تحقيقها في مجالات الأنشطة الإنسانية، أرجو أن تذكرها.

.....

.....

المحور السادس: التحديات والعقبات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين والبنك العربي

لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية وتطويرها تجاه الجماهير والأنشطة ذات العلاقة.

أ- يرجى وضع (X) للإجابة التي تناسب وجهة نظرك تجاه العبارات الآتية

الرقم	العبارة	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة جداً	درجة ضعيفة جداً
1	دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه لا تمتلك صلاحيات تنفيذ الأنشطة الإنسانية					
2	لا يتم الأخذ بتوصيات ومقترحات دائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه من قبل الإدارة العليا. فيما يدعم عمليات التغيير كمتطلب من متطلبات الأنشطة الإنسانية.					
3	لا تخصص الإدارة العليا في البنك الذي أعمل فيه مخصصات مالية للأنشطة الإنسانية في العلاقات العامة وبرامجها المختلفة.					
4	لا يوجد خطة عمل واضحة لدائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه فيما يتعلق بالأنشطة الإنسانية.					
5	لا تتوفر الموارد والإمكانات المتاحة لدائرة العلاقات العامة في البنك الذي أعمل فيه لتنفيذ الأنشطة الإنسانية.					
6	لا يسمح الهيكل التنظيمي للبنك بقيام العلاقات العامة من أداء الأنشطة الإنسانية بكفاءة وفاعلية					
7	لا يوجد برامج تنموية وتدريبية وتطويرية للموظفين في دائرة العلاقات العامة في					

- 
- البنك الذي أعمل فيه فيما يتعلق بدورها  
في تنفيذ الأنشطة الإنسانية  
لا تتوافر البيئات الاتصالية اللازمة  
لتنفيذ الأنشطة الإنسانية في دائرة  
العلاقات العامة في البنك الذي أعمل  
فيه. 8
- لا تشارك دائرة العلاقات العامة في  
اجتماعات البنك الدورية فيما يتعلق  
بالأنشطة الإنسانية. 9
- لا يوجد آليات واضحة حول كيفية  
حصول الجمهور المحتاج للمساعدات  
الإنسانية. 10
- الميزانيات المخصصة للأنشطة  
الإنسانية محدودة جداً، وبالتالي فإن  
تلك الأنشطة قليلة ومحدودة. 11
- 

إذا كان هناك تحديات وعقبات تواجه دائرة العلاقات العامة في مجالات أخرى، أرجو أن تذكرها.

.....

.....

انتهى

شكراً لحسن تعاونكم

## ملحق (ج)

### الجداول

#### جدول 11

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير العمر

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مُتوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
	بين المجموعات	5.31	3	1.77		
	داخل المجموعات	39.79	88	0.45	3.91	**0.01
	المجموع	45.09	91			

\*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (\*\*  $p < .01$ )

#### جدول 12

نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير العمر

المجال	المستوى الأول	المستوى الثاني	الفرق في المتوسطات الحسابية
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	أقل من 30 سنة	*61538.
الدرجة الكلية	من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	*55153.
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	50 سنة فأكثر	*1.10577

\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (\*  $p < .05$ )

### جدول 13

يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير المستوى التعليمي

المجالات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية	بكالوريوس فأقل	84	3.78	0.70	-0.04	0.99
	دراسات عليا	8	3.86	0.76		

\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .05$ )

### جدول 14

يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية

المجالات	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية	أعزب	32	3.56	0.79	-2.51	**0.01
	متزوج	60	3.93	0.62		

\*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .01$ )

### جدول 15

المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير مكان الإقامة

المجالات	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدرجة الكلية	مدينة	44	3.90	0.80
	بلدة	17	3.31	0.58
	قرية	31	3.94	0.48

## جدول 16

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تبعاً لمتغير مكان الإقامة

المجال	مصدر التباين	مجموع	درجات	مُتوسط	مستوى
	المربعات	الحرية	المربعات	ف	الدلالة *
بين المجموعات	5.17	2	2.59	5.77	**0.00
داخل المجموعات	39.92	89	0.45		
المجموع	45.09	91			

\*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .01$  \*\*)

## جدول 17

نتائج اختبار ( $LSD$ ) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير مكان الإقامة

المجال	المستوى الأول	المستوى الثاني	الفرق في المتوسطات الحسابية
الدرجة الكلية	مدينة	بلدة	*59142.
	قرية	بلدة	*63378.

\*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .05$  \*)

## جدول 18

يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية حول دور العلاقات العامة في توظيف الأنشطة الإنسانية في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى متغير البنك الذي تعمل به

المجالات	البنك الذي تعمل به	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية	فلسطين	56	3.92	0.65	2.07	*0.04
	العربي	36	3.62	0.75		

\*\*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $p < .05$  \*)



**An-Najah National University**

**Faculty of Graduate Studies**

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN  
LEVERAGING HUMANITARIAN INITIATIVES TO  
ENHANCE THE MENTAL IMAGE OF  
PALESTINIAN BANKS AS PERCEIVED BY  
EMPLOYEES (A CASE STUDY OF THE BANK OF  
PALESTINE AND ARAB BANK)**

**By**

**Sajeda Shaban**

**Supervisor**

**Dr. Farid Abudheir**

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Contemporary Public Relations, Faculty of Graduate Studies, An-Najah  
National University, Nablus - Palestine.**

**2024**

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN LEVERAGING  
HUMANITARIAN INITIATIVES TO ENHANCE THE MENTAL  
IMAGE OF PALESTINIAN BANKS AS PERCEIVED BY  
EMPLOYEES (A CASE STUDY OF THE BANK OF PALESTINE  
AND ARAB BANK)**

**By**

**Sajeda Shaban**

**Supervisor**

**Dr. Farid Abudheir**

**Abstract**

This study aimed to identify the role of public relations in employing humanitarian activities to enhance the public perception of Palestinian banks from the perspective of their employees. The research utilized a descriptive and analytical approach, employing a questionnaire that was distributed to all employees through a comprehensive survey method. A total of 127 employees responded, with 92 completed questionnaires returned. The study yielded several significant findings, notably: the humanitarian activities conducted by the Bank of Palestine and Arab Bank positively influence their public image, particularly by prioritizing employee health (4.25), providing health insurance during various activities and programs (3.71), and demonstrating the effectiveness of the public relations departments at both banks in achieving and developing the objectives of humanitarian initiatives through participation in charitable events. From the employees' perspective, the implementation of humanitarian activities towards customers at both the Bank of Palestine and Arab Bank adheres to ethical standards, including good behavior, fairness, and kindness when delivering humanitarian services. One of the primary goals that these banks aim to achieve through their humanitarian efforts is to cultivate a positive image among the public. However, the study also identified prominent challenges and obstacles faced by the Public Relations Department at the Bank of Palestine and Arab Bank in achieving and developing social responsibility goals. Employees noted that the Public Relations Department lacks the authority to implement humanitarian activities effectively. Additionally, a significant challenge for Arab Bank is that its organizational

structure does not facilitate the efficient and effective execution of humanitarian initiatives by the public relations team.

**Keywords:** public relations, humanitarian activities, corporate image, Palestinian banks, employee perception