

## أثر أبعاد المواصفة الدولية الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية لدى المستشفى التخصصي في عمان - الأردن (دراسة حالة)

ماهر محمد الدويري\* وهيثم علي حجازي\*\*

تاريخ الاستلام 2020/4/5

تاريخ القبول 2020/7/6

### ملخص

هدفت الدراسة الى اختبار أثر أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكفاءة العالية، الجودة العالية، الابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) لدى المستشفى التخصصي في عمان - الأردن. تألفت عينة الدراسة من (285) موظفاً من موظفي المستشفى التخصصي من مختلف المستويات الإدارية، وفي الأقسام الإدارية والطبية والتمريضية، وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (150) استبانة. وتوصلت الدراسة الى أن متغير البيئة هو المتغير الوحيد الأكثر تأثيراً في تحقيق الكفاءة العالية، وأن متغير ممارسات التشغيل العادلة ذو تأثير في تحقيق الجودة العالية والابتكار العالي، وأن متغير قضايا المستهلك هو الأكثر تأثيراً في تحقيق الاستجابة العالية للعملاء. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بأبعاد المسؤولية المجتمعية وخصوصاً البيئة وممارسات التشغيل العادلة وقضايا المستهلك من أجل تحسين الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: المواصفة الدولية (الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية)، الميزة التنافسية.

© جميع الحقوق محفوظة لجامعة جرش 2021.

\* دائرة الجمارك الأردنية.

\* أستاذ مساعد، جامعة جرش.

## The Impact of the International Standard ISO 26000 for Social Responsibility Dimensions on Achieving Competitive Advantage in Specialty Hospital in Amman - Jordan (Case Study)

**Maher M. Dweiri**, *Jordan Customs Department.*

**Haitham Ali Hijazi**, *Assistant Professor, Jerash University, Jordan.*

### Abstract

The study aimed to examine the impact of ISO 26000 dimensions for Social Responsibility (governance, human rights, labor practices, fair operating practices, the environment, consumer issues and community involvement and development) on achieving competitive advantage dimensions (high efficiency, superior quality, outstanding innovation and rapid responsiveness to customers) in Specialty Hospital – Amman – Jordan. The sample of the study consisted of (285) employees from all managerial levels, who working at managerial, medical and nursing departments. (150) questionnaires were valid for statistical analysis. The study revealed that there is a significant statistical impact of the environment on achieving high efficiency. Fair operating practices was also found to impact the achievement of superior quality and outstanding innovation. Finally, the study concluded that consumer issues dimension was the most variable that have a significant statistical impact on rapid responsiveness to customers. The researcher recommend that hospitals should implement social responsibility dimensions, particularly fair operating practices, the environment, and consumer issues, in order to achieve the dimensions of competitive advantage.

**Keywords:** International Standard (ISO 26000 for Social Responsibility), Competitive advantage.

### مقدمة:

يأتي تبني المنظمات لمفهوم المسؤولية المجتمعية ضمن مدخلين رئيسيين، أولهما يتعلق بالدور الاقتصادي الذي يتطلب من المنظمة التركيز بالدرجة الأولى على تحقيق أهدافها، ومنها تحقيق الربحية والمركز السوقي المتميز. ويرتبط المدخل الثاني بالدور المكمل للدور الاقتصادي، وهو الدور الاجتماعي الذي يعني اهتمام المنظمة بالقضايا المجتمعية، بوصفها جزءاً لا يتجزأ من المجتمع الذي تعمل فيه. ويؤدي المدخلان كلاهما إلى قبول المنظمات ممارسة أدوارها المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية. وقد بينت الدراسات والبحوث التي أجريت بصدور التحقق من مدى الفائدة التي تعود على المنظمات في حال التزامها بتطبيق مبادئ المسؤولية المجتمعية، أن للمسؤولية المجتمعية العديد من الآثار الإيجابية، ومنها تحقيق الربحية على المدى الطويل

(رحماني، 2014) وجذب عدد أكبر من الزبائن (ناجي، 2011) وتحسين سمعة المنظمة (Pérez, 2014) وتحسين علاقتها بأصحاب المصالح (Katavic, 2014) وتحقيق الميزة التنافسية (النسور، 2010) وهو الأمر الذي يعني أن تبني المنظمات للمسؤولية المجتمعية ينسجم مع دورها الاقتصادي، بل ويعزز بطريقة إيجابية قدرة المنظمة في سعيها لتحقيق أهدافها. علاوة على ذلك، أسهمت الضغوطات التي تواجهها المنظمات من قبل الحكومات، والمجتمعات، والمنظمات الدولية ذات العلاقة، في توجيه أنظار المنظمات لتبني مسار جديد في عملها، لا يقف في طريق تحقيق أهدافها، بل يساعدها في المحافظة على استمراريته في السوق، وبأن تحظى بقبول ورضا كافة الأطراف المعنية بعملها (البكري وبني حمدان، 2013) وهو التوجه الذي عبر عنه (القيوتي وآخرون، 2014) بالتوجه الاجتماعي للمنظمة على الصعيدين الداخلي والخارجي، والذي تؤدبه المنظمات بحيث يكون موازياً لدورها الاقتصادي، وبما يخدم تحقيق الأهداف التي تسعى المنظمة لتحقيقها. كما أكدت العديد من الدراسات كدراسة (الحسن، 2014؛ راشي، 2013؛ إسماعيل، 2012؛ مخلوف، 2011؛ المليجي، 2010) أهمية تحمل المنظمات لمسؤوليتها المجتمعية والمساهمة في تحقيق الخير العام للمجتمع، وهي المسؤولية التي تعني بمعناها الواسع التزام المنظمات بالمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات بمحاورها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وذلك من منطلق المنافع التي تتحقق نتيجة لتبني المنظمات للمسؤولية المجتمعية، وهي منافع شاملة لا تقتصر على المنظمة فقط، بل تشمل الدولة والمجتمع أيضاً. وفي ظل اهتمام المنظمات بمفهوم الميزة التنافسية، التي أصبحت تشكل بالنسبة لها مدخلاً تطويرياً يقوم على فكرة التكامل الاقتصادي والاجتماعي معاً ويؤدي الى تحقيق ما تصبو إليه من مركز تنافسي متميز في السوق عبر تحقيق أعلى إنتاجية بأقل تكلفة ممكنة (يونس، 2014) فقد اختارت الدراسة الحالية تناول العلاقة بين التزام المنظمات بالمسؤولية المجتمعية حسب مواصفة الأيزو 26000 وأثر ذلك في تحقيق الميزة التنافسية. ومن أجل أن تسهم الدراسة بتقديم إضافة علمية في مجال دراسة العلاقة بين المسؤولية المجتمعية والميزة التنافسية، تم اختيار مواصفة الأيزو الدولية التي تحمل الرقم 26000 وهي المواصفة الخاصة بالمسؤولية المجتمعية، الصادرة عن منظمة الأيزو في عام 2010م. وتم الاعتماد على الأبعاد الواردة في هذه المواصفة، والبالغة سبعة أبعاد، بوصفها أبعاداً جديدة لم يتناولها إلا عدد قليل من الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة أبعاد مواصفة الأيزو 26000 مثل دراسة وهيبه (2012) ودراسة مجذوب ومديحة (2012). وحيث أن المستشفيات جزء لا يتجزأ من المنظومة الاقتصادية والاجتماعية في الدولة، فإنها أيضاً مطالبة بتطبيق المسؤولية المجتمعية خلال ممارستها لأعمالها، وهي سياسة أصبحت متوقعة من قبل كافة أصحاب المصالح، باستثناء البعض ممن يرون أن الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية يبعد المنظمة عن تحقيق هدفها الرئيسي. وفي القطاع الصحي على وجه الخصوص فإن المسؤولية المجتمعية تعني الالتزام الأخلاقي الذي يتطلب تقديم منافع تتعدى المنافع

الاعتيادية التي تندرج تحت المبادئ القانونية والأخلاقية العامة، ومن ذلك مثلاً، التركيز على تقديم خدمات الرعاية الصحية بما يتفق مع المعايير البيئية وحماية المستهلكين (Brandao *et al.*, 2013).

بناء على ما تقدم، سعت الدراسة الى اختبار أثر أبعاد المسؤولية المجتمعية الواردة في مواصفة الأيزو الدولية 26000 في الميزة التنافسية، في واحد من أهم القطاعات الأردنية، وهو القطاع الصحي، كونها تنطوي على إضافة جديدة في هذا الميدان؛ وتفتح المجال للدراسات المستقبلية لدراسة العلاقة المشار إليها بمتغيرات ومجتمعات وعينات دراسة جديدة.

### الأدب النظري

**المسؤولية المجتمعية:** عرّف Bowen المسؤولية المجتمعية بأنها التزام رجل الأعمال بتبني السياسات والقرارات التي تلائم أهداف المجتمع وقيمه (Gharaee, *et al.*, 2013). وعرّفها دافت (Daft, 2008) بأنها الأعمال التي تسهم في تعزيز مصالح المنظمة ورفاهية المجتمع معاً. وعرّفها المرصد الفرنسي للمسؤولية المجتمعية بأنها المساهمة الإيجابية من قبل المنظمة بالتعاون مع الأطراف المعنية الفاعلة في تحقيق التنمية المستدامة (عبد الرحمن، 2011). وفي قطاع المستشفيات عرّفها غاربي وآخرون (Gharaee *et al.*, 2013) بأنها الالتزام الأخلاقي الذي يتطلب من المستشفيات وغيرها من منظمات القطاع الصحي القيام بالأنشطة التي لا تقتصر على الواجبات الاعتيادية والمبادئ الأخلاقية المألوفة فقط، بل تتعداها الى تقديم الخدمات التي تعود بالنفع على كافة الأطراف المعنية في المجتمع.

وقد أصبحت المسؤولية المجتمعية مفهوماً شائعاً بين المنظمات وصانعي القرارات والباحثين، فهي تحدّ من الآثار البيئية السلبية التي خلفتها الصناعات في مختلف البلدان، كما أنها تسعى لحماية حقوق الكثير من العاملين الفقراء في العالم، علاوة على حماية ثروات الأمم من الفساد، وغير ذلك من الأسباب التي جعلت من المسؤولية المجتمعية مطلباً هاماً لحماية المجتمعات، تبعاً لسعيها للتأثير في طريقة تفكير الأفراد بشأن العلاقة بين المنظمات والمجتمع (Esben, 2015).

**مواصفة الأيزو 26000:** تمثل هذه المواصفة دليلاً إرشادياً للمنظمات حول المسؤولية المجتمعية، ومن المفترض أن يتم استخدامها من قبل مختلف المنظمات في كلا القطاعين العام والخاص، سواء في الدول النامية أم المتقدمة (نايف، 2010). وقد صدرت هذه المواصفة عن منظمة الأيزو الدولية بتاريخ 2010/11/1، وتشتمل على سبعة أبعاد هي: الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك،

ومشاركة وتنمية المجتمع (منظمة الأيزو الدولية، المواصفة 26000، 2010). وقد تم اعتماد هذه الأبعاد السبعة كمتغير مستقل في هذه الدراسة.

**الميزة التنافسية:** وقد عرفها أراغون - كوريا وشارما (Aragon-Correa & Sharma, 2003) بأنها قدرة المنظمة على تقديم منتجات ذات جودة تفوق، أو على الأقل تتساوى مع جودة المنتجات التي تقدمها منظمات منافسة، في ظل التركيز على أقل تكلفة ممكنة، وتحقيق أقصى ربح ممكن، مقارنة بما يحصل عليه المنافسون. وعرفتها محمد (2013:23) بأنها "تفرد المنظمة في ممارسة نشاطاتها أو إحداها بأسلوب أكثر فاعلية عن منافسيها سواء ما كان متعلقاً بمواردها المختلفة أو موقعها أو حتى استراتيجيتها". وقد اختلفت آراء الباحثين حول المحاور الرئيسية التي تركز الميزة التنافسية عليها. ففي حين ترى محمد (2013) أن هذه المحاور تتمثل في: الكلفة، والجودة، والمرونة، والسمعة، والسعر، والتصميم، والتميز، والإبداع، والاستجابة السريعة للعملاء، والتحالفات، والتكنولوجيا، والوقت، يرى حسون وآخرون (2012) أن الميزة التنافسية تعتمد على أربعة محاور رئيسية هي: الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء، وهي المحاور الأربعة التي تم اعتمادها كمتغير تابع في هذه الدراسة.

#### العلاقة بين المسؤولية المجتمعية والميزة التنافسية:

يشير ياسين (2008) إلى وجود علاقة إيجابية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاقتصادي والاجتماعي والبيئي. ويؤكد سعيد والبأوي (2010) وجود دور إيجابي لاستراتيجية المسؤولية المجتمعية الشاملة في بناء الميزة التنافسية المستدامة للشركة. أما دراسة بيوروانتو (Purwanto, 2010) والتي هدفت إلى تقصي أثر أداء تقديم الخدمات لدى المستشفيات الخاصة في ماليزيا وممارسات المسؤولية المجتمعية في تحسين الصورة المؤسسية والميزة التنافسية، ومدى انعكاس ذلك على ثقة المرضى بالمستشفيات، فتشير إلى أن أداء المستشفيات في تقديم الخدمات للمرضى، وممارستها لأنشطة المسؤولية المجتمعية تؤدي إلى إحداث أثر إيجابي في تحسين الصورة الذهنية للمستشفيات وقدرتها على تحقيق الميزة التنافسية. وتشير دراسة عزام وآخرون (2010) التي هدفت إلى تحليل آثار تطبيق المسؤولية المجتمعية من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة في أنشطة وأداء الشركات في باكستان إلى وجود العديد من المنافع التي تنجم عن تطبيق المسؤولية المجتمعية، ومنها تحسين صورة المنظمة وسمعتها، وتخفيض التكاليف، والتقليل من المخاطر التي تواجهها الشركة. كما أشارت الدراسة إلى أن الدافع الرئيسي وراء تبني الشركات الباكستانية للمسؤولية المجتمعية يكمن في رغبتها أولاً في تحسين مركز الشركة في المجتمع، ثم تحقيق بعض المنافع الاقتصادية، وتحسين البيئة، وزيادة دافعية الموظفين. أما دراسة وهيبه (2012) فقد هدفت إلى التعريف بمفهوم

المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الاقتصادية والتعريف بمواصفة الأيزو 26000 واستعراض الجهود الجزائرية في مجال تطبيق هذه المواصفة. علاوة على بيان أهم المعوقات التي تحد من انتشار تطبيق هذه المواصفة في القطاع الصناعي الجزائري. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي. ومن خلال المسح المكتبي ومراجعة الأدبيات ذات الصلة، تبنت الدراسة التعريف الوارد في مواصفة الأيزو للمسؤولية المجتمعية باعتباره أكثر التعريفات شمولية، من حيث تركيزه على دور المنظمة في تحقيق التنمية المستدامة، والاستجابة لتطلعات أصحاب المصالح. وقد أشارت الدراسة الى الجهود الجزائرية المتواضعة في مجال تطبيق المواصفة التي بدأ العمل بها في مطلع عام 2011 في الجزائر. وتضيف الدراسة بشأن المعوقات التي تحد من انتشار تطبيق المواصفة في الجزائر أن من أهم هذه المعوقات: حداثة المواصفة نفسها والتي صدرت عام 2010، وارتباط المواصفة بالمسؤولية المجتمعية في ظل وجود عدد كبير من الشركات الصناعية التي لا تهتم بهذه القضية، وقلة وعي مديري الشركات بأهمية المواصفة، بالإضافة الى ضعف اهتمام المراكز الوطنية بنشر تبني هذه المواصفة. وحول أثر المسؤولية الاجتماعية في الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصناعية، توصل بشير وعمار (2012) إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية المجتمعية وتحقيق الميزة التنافسية. أما دراسة السكر وآخرين (2013) والتي هدفت الى التعرف على أثر المسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر مديري الإدارة العليا في (44) مستشفى من المستشفيات العامة والخاصة في الأردن، فقد توصلت الى نتيجة مفادها وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية ممثلة بثلاثة أبعاد (المسؤولية تجاه البيئة، والمسؤولية تجاه العملاء، والمسؤولية تجاه المجتمع المحلي) في تحقيق الميزة التنافسية لدى المستشفيات ممثلة بثلاثة محاور هي (تخفيض التكاليف، والابتكار، والتجديد). كذلك، فإن دراسة دياب (2013) توصلت الى أن كافة المستشفيات الأردنية الخاصة تستخدم الأبعاد التنافسية لتحقيق الميزة التنافسية، وأن المستشفيات الخاصة تستخدم الأبعاد التنافسية بدرجة متفاوتة ضمن الترتيب التالي: الكلفة، الجودة، المرونة، ثم الاستجابة السريعة. كما أن دراسة القريوتي وآخرين (2014) توصلت إلى أن المسؤولية الاجتماعية بكافة أبعادها تلعب دوراً إيجابياً في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات. وفي دراسة أجراها الغريحي وآخرون (El-Garaihy et al., 2014) وهدفت الى التعرف على الدور الوسيط لرضا العملاء والسمعة التنظيمية في قياس أثر ممارسات المسؤولية المجتمعية في الميزة التنافسية، تبين وجود أثر إيجابي لممارسات المسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية. وفي دراسة أجراها فيلاسكو وآخرون (Velasco et al., 2014) وهدفت الى التعرف على المنافع المترتبة على تطبيق سياسات المسؤولية المجتمعية، بالإضافة الى دافع المنظمات في تبني المسؤولية المجتمعية تبين أن أهم منافع تطبيق المسؤولية المجتمعية تتمثل في: تحسين العلاقة مع الموظفين، وتحسين الإنتاجية، وتقليل الضغوطات الخارجية والداخلية على المنظمة. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام

بسياسات المسؤولية المجتمعية لأنها تؤثر في العائد على الاستثمار على المدى الطويل. وتوصل Dhanesh (2015) في دراسته التي هدفت الى التعرف على أهم دوافع تبني المسؤولية المجتمعية من قبل الشركات الصناعية والخدمية في الهند إلى وجود اهتمام كبير لدى أفراد عينة الدراسة بقضايا المسؤولية المجتمعية في مجالات عدة على رأسها التعليم، وعمالة الأطفال، بالإضافة الى برامج العيش الكريم للمواطنين. كما بيّنت النتائج وجود دافعين رئيسيين وراء اهتمام الشركات الهندية الكبرى بالمسؤولية المجتمعية هما: الدافع الأخلاقي والدافع الاقتصادي.

### مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعد المسؤولية المجتمعية واحدة من بين أهم القضايا البحثية التي اهتم بها الباحثون على الصعيد العالمي (Katavic, 2014; Pérez, 2014; Gharaee et al., 2013). كما أولت المنظمات هذا الموضوع عناية كبيرة تبعاً للدور الإيجابي الذي تلعبه المسؤولية المجتمعية والمزايا المترتبة عليها بالنسبة للمنظمة نفسها والمجتمع والدولة. إلا أن اهتمام الباحثين والمنظمات على الصعيد المحلي ما زال في بدايته. وفي ظل صدور مواصفة الأيزو الدولية 26000 الخاصة بالمسؤولية المجتمعية، فإن هنالك حاجة لدراسة ما ورد في المواصفة من أبعاد، والتحقق من أثرها في المنظمات. ومن منطلق أهمية تحقيق الميزة التنافسية بالنسبة للمنظمات، فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول التحقق من أثر أبعاد المسؤولية المجتمعية كما وردت في مواصفة الأيزو الدولية في الميزة التنافسية للمنظمات، لدى واحدة من المستشفيات الأردنية على وجه الخصوص. وتعد هذه المشكلة جديرة بالبحث خاصة في ظل ندرة الدراسات العربية التي تناولت أبعاد المسؤولية المجتمعية الواردة في مواصفة الأيزو الدولية. وبالتالي، فإنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

- ما أثر تطبيق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك، ومشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) لدى المستشفى التخصصي في عمان / الأردن؟

### أهداف الدراسة

سعت الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مستوى تطبيق المستشفى التخصصي لأبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك، ومشاركة وتنمية المجتمع) من وجهة نظر موظفي المستشفى.

2. التعرف على مستوى تحقيق المستشفى التخصصي لأبعاد الميزة التنافسية (الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) من وجهة نظر موظفي المستشفى.
3. اختبار أثر تطبيق أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك، ومشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) لدى المستشفى التخصصي.

### أسئلة الدراسة وفرضياتها:

انبثق عن السؤال الرئيس السؤال والفرضيات التالية:

### أسئلة الدراسة:

ما مستوى تطبيق مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك، ومشاركة وتنمية المجتمع) لدى المستشفى التخصصي في عمان / الأردن، من وجهة نظر موظفي المستشفى؟ وما مستوى تحقيق المستشفى التخصصي في عمان / الأردن، للميزة التنافسية ممثلة بأبعادها (الكفاءة العالية، الجودة العالية، الابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) من وجهة نظر موظفي المستشفى؟

### فرضيات الدراسة:

**الفرضية الأولى:  $H_{01}$ .** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الكفاءة العالية) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية الثانية:  $H_{02}$ .** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الجودة العالية) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

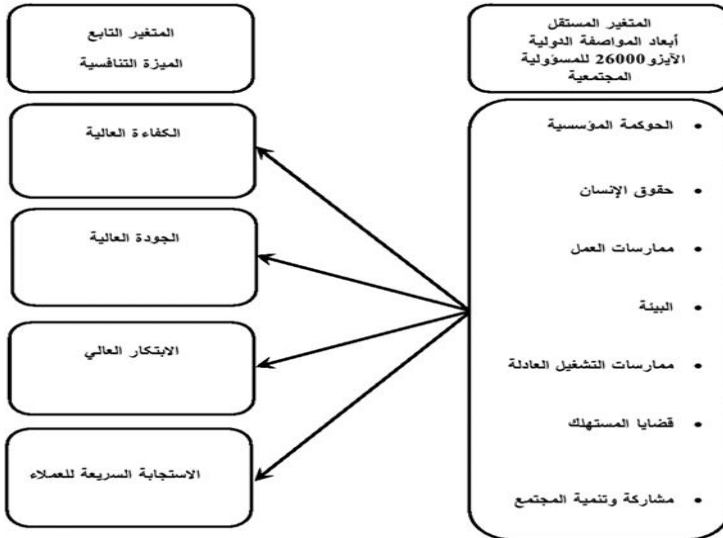


**الفرضية الثالثة: H<sub>03</sub>.** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الابتكار العالي) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية الرابعة: H<sub>04</sub>.** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الاستجابة السريعة للعملاء) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

#### أنموذج الدراسة

بناء على أسئلة الدراسة وفرضياتها، تكوّن أنموذج الدراسة من متغيرين: المتغير المستقل وهو المواصفة الدولية الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) والمتغير التابع وهو الميزة التنافسية بأبعادها الأربعة (الكفاءة العالية، الجودة العالية، الابتكار العالي، الاستجابة السريعة للعملاء) وكما هو وارد في الشكل رقم (1) التالي:



شكل رقم (1): أنموذج الدراسة

## الطريقة والإجراءات

- منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. فهي دراسة وصفية كونها تعنى بوصف مستوى ممارسة أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية، وكذلك واقع الميزة التنافسية في المستشفى التخصصي. وهي دراسة تحليلية كونها فحصت أثر تطبيق أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية.
- مجتمع وعينة الدراسة: تألف مجتمع الدراسة من موظفي المستشفى التخصصي في العاصمة عمان، البالغ عددهم (1100) موظف، وتم توزيع (285) استبانة تشكل عينة الدراسة، تم استرداد (122) استبانة منها، فتمت معاودة الاتصال مع إدارة المستشفى، والتأكيد على أهمية تعبئة المتبقي من الاستبانات، فتم استلام (56) استبانة أخرى، ليبلغ عدد الاستبانات المستردة (178) استبانة. وبعد التدقيق تم استبعاد (28) استبانة لعدم صلاحيتها لأغراض التحليل الإحصائي. وعليه، فإن عدد الاستبانات الكلية المستخدمة في التحليل الإحصائي هو (150) استبانة. ويعتبر هذا العدد مقبولاً في هذا النوع من البحوث مقارنة بالدراسات المشابهة.
- مصادر البيانات وأداة الدراسة: اعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسين لجمع البيانات المطلوبة وهما: المصادر الثانوية، وكذلك المصادر الأولية ممثلة بالاستبانة التي صممت خصيصاً لأغراض الدراسة الحالية بالرجوع الى الأدبيات والدراسات السابقة. وقد تألفت الاستبانة من (55) فقرة مصممة لقياس أبعاد المتغيرين المستقل والتابع ضمن قسمين:
1. القسم الأول: البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المستوى الإداري، القسم، وسنوات الخبرة).
  2. القسم الثاني: محاور الدراسة، واشتمل على (35) فقرة تغطي أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) بالإضافة الى (20) فقرة تغطي أبعاد الميزة التنافسية (الكفاءة العالية، الجودة العالية، الابتكار العالي، الاستجابة السريعة للعملاء). وقد صممت الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت (Likert) الخماسي. ويبين الجدول رقم (1) محاور الدراسة وعدد فقراتها:

**الجدول (1): محاور الدراسة وتوزيع فقرات الاستبانة**

المسؤولية المجتمعية	توزيع الفقرات	الميزة التنافسية	توزيع الفقرات
الحوكمة المؤسسية	5-1	الكفاءة العالية	40-36
حقوق الإنسان	10-6	الجودة العالية	45-41
ممارسات العمل	15-11	الابتكار العالي	50-46
البيئة	20-16	الاستجابة السريعة للعملاء	55-51
ممارسات التشغيل العادلة	25-21		
قضايا المستهلك	30-26		
مشاركة وتنمية المجتمع	35-31		

- الأساليب الإحصائية: وقد اشتملت على:

**أ. مقاييس الإحصاء الوصفي**

تم استخدام المقاييس التالية لوصف البيانات وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها: مقاييس النزعة المركزية مثل الوسط الحسابي، ومقاييس التشتت مثل الانحراف المعياري لوصف توزيع أفراد العينة وخصائص العينة واتجاه الإجابات على متغيرات الدراسة.

وتم تحديد مستوى الأهمية النسبية وفقاً للمقياس التالي:

$$\text{مستوى الأهمية النسبية} = (\text{العلامة القصوى} - \text{العلامة الدنيا}) / 3$$

$$1.33 = 3 / (1-5) =$$

وحسب الترتيب التالي:

الأهمية المنخفضة: من 1 إلى أقل من 2.33

الأهمية المتوسطة: من 2.33 إلى أقل من 3.66

الأهمية المرتفعة: أكثر من 3.66

**ب. مقاييس الإحصاء التحليلي**

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) من أجل اختبار فرضيات الدراسة، والتعرف على مدى مساهمة كل متغير من المتغيرات المستقلة في العلاقة التنبؤية بين متغيرات الدراسة.

- صدق وثبات أداة الدراسة: تم التأكد من صدق محتوى الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين وذوي التخصص، وتم الأخذ بأرائهم. كما تم التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Coefficient Alpha الذي يفترض في قيمته ألا تقل عن (0.60). ويبين الجدول رقم (2) معاملات كرونباخ ألفا لمحاور الاستبانة، الذي يتضح منه تمتع أداة الدراسة بالثبات:

الجدول (2): معاملات ثبات أداة الدراسة

المتغير	المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
المسؤولية المجتمعية	الحوكمة المؤسسية	5	0.734
	حقوق الإنسان	5	0.740
	ممارسات العمل	5	0.748
	البيئة	5	0.747
	ممارسات التشغيل العادلة	5	0.739
	قضايا المستهلك	5	0.742
	مشاركة وتنمية المجتمع	5	0.738
	الميزة التنافسية	الكفاءة العالية	5
الجودة العالية		5	0.738
الابتكار العالي		5	0.742
الاستجابة السريعة للعملاء		5	0.747
فقرات الاستبانة ككل		55	0.750

تحليل البيانات:

- خصائص عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة المتغيرات الشخصية والوظيفية التالية: الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والقسم، والمستوى الإداري، وسنوات الخبرة، وذلك من أجل التعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة العاملين في المستشفى التخصصي. ويبين الجدول (3) أن نسبة الذكور في عينة الدراسة بلغت (47%) مقابل نسبة الإناث التي بلغت (53%). وقد تفاوتت أعمار أفراد عينة الدراسة بين الفئات العمرية الواردة في أداة الدراسة. وتبين من التحليل أن نسبة أفراد العينة ضمن الفئة العمرية (25-29 سنة) بلغت (47%) أما نسبة الأفراد ضمن الفئة العمرية (30-39 سنة) فقد بلغت (19%) مقارنة

بنسبة الأفراد الذين تقل أعمارهم عن (24) سنة التي بلغت (24%) ونسبة الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن (40) سنة حيث بلغت نسبتهم (10%).

**الجدول (3):** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية (ن=150)

المتغير	فئات المتغير	عدد المستجيبين	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	71	47%
	أنثى	79	53%
العمر	24 سنة فأقل	36	24%
	25-29 سنة	70	47%
	30-39 سنة	29	19%
	40 سنة فأكثر	15	10%
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	22	14%
	بكالوريوس	105	70%
	ماجستير	7	5%
	دكتوراة	16	11%
المستوى الإداري	إدارة عليا	16	11%
	إدارة وسطى	61	41%
	إدارة دنيا	73	48%
القسم الوظيفي	القسم الإداري	20	13%
	القسم الطبي	80	53%
	القسم التمريضي	34	23%
	أقسام أخرى	16	11%
سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	88	58%
	6-15 سنة	46	31%
	16-25 سنة	4	3%
	26 سنة فأكثر	12	8%
	المجموع	150	100%

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي، فقد أظهرت النتائج أن ما نسبته (14%) من أفراد عينة الدراسة يحملون درجة الدبلوم أو أقل، وأن ما نسبته (70%) هم ممن يحملون درجة البكالوريوس، مقابل نسبة الحاصلين على درجة الماجستير والدكتوراة التي بلغت (5%) و(11%) على التوالي. ومن حيث المستوى الإداري لأفراد عينة الدراسة، فقد تبين أن نسبة الأفراد العاملين ضمن الإدارة العليا بين أفراد عينة الدراسة بلغت (11%) ونسبة العاملين في مستوى الإدارة الوسطى بلغت (41%) مقارنة مع نسبة

العاملين في الإدارة الدنيا التي بلغت (48%). ويتضح كذلك من الجدول أن ما نسبته (13%) من أفراد العينة يعملون في القسم الإداري، وما نسبته (53%) في القسم الطبي، و(23%) في قسم التمريض، وهناك (11%) يعملون في أقسام أخرى. وأخيراً، بلغت نسبة الذين لديهم خبرة (5) سنوات فأقل (58%). أما نسبة الذين تقع سنوات خبرتهم ضمن الفترة (6-15) سنة فقد بلغت (31%) ونسبة (3%) للذين تدرج سنوات خبرتهم ضمن الفئة (16-25) سنة. وبلغت نسبة أفراد عينة الدراسة ممن يمتلكون خبرة (26) سنة فأكثر (8%).

#### - وصف متغيرات الدراسة

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والترتيب والأهمية لوصف متغيرات الدراسة من الناحية الإحصائية. ويبين الجدول التالي رقم (4) المتوسط الحسابي والأهمية لكل بُعد من أبعاد متغيري الدراسة المستقل بأبعاده السبعة، والتابع بأبعاده الأربعة، وكما يلي:

الجدول (4): المتوسط الحسابي والأهمية لكل بُعد من أبعاد متغيري الدراسة مجتمعاً

المتغير	البعد	المتوسط الحسابي	الأهمية
المسؤولية الاجتماعية	الحوكمة	4.01	مرتفع
	حقوق الإنسان	4.01	مرتفع
	ممارسات العمل	4.01	مرتفع
	البيئة	3.91	مرتفع
	ممارسات التشغيل العادلة	3.85	مرتفع
	قضايا المستهلك	4.00	مرتفع
	مشاركة وتنمية المجتمع	4.04	مرتفع
الميزة التنافسية	الكفاءة العالية	3.87	مرتفع
	الجودة العالية	3.83	مرتفع
	الابتكار العالي	3.93	مرتفع
	الاستجابة السريعة للعملاء	3.96	مرتفع

#### اختبار الفرضيات

##### - اختبار الفرضية الأولى $H_{01}$

تنص الفرضية الأولى  $H_{01}$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة

التنافسية في بُعد (الكفاءة العالية) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). ومن أجل اختبار هذه الفرضية، تم إجراء اختبار الانحدار المتعدد، ويبين الجدول (5) نتائج الاختبار:

**الجدول (5): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في بُعد الكفاءة العالية**

تحليل التباين ANOVA		ملخص الأنموذج Model Summary	
مستوى الدلالة Sig.	قيمة F	معامل التحديد R <sup>2</sup>	معامل الارتباط R
0.000	4.816	0.192	0.438
المعاملات Coefficients			مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية
مستوى الدلالة	قيمة t	Beta	
0.250	1.155	0.096	الحوكمة المؤسسية
0.053	1.949	0.171	حقوق الإنسان
0.906	0.119	0.010	ممارسات العمل
0.025	2.263	0.195	البيئة
0.975	0.031	0.002	ممارسات التشغيل العادلة
0.373	0.894	0.072	قضايا المستهلك
0.171	1.376	0.117	مشاركة وتنمية المجتمع
<b>المتغير التابع: الكفاءة العالية</b>			

يتضح من الجدول (5) أن قيمة معامل التحديد تساوي (0.192) وهو المعامل المستخدم في التعرف على مدى صلاحية نموذج الاختبار (Sharabati et al., 2013). وهذا يعني أن أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) تفسر ما نسبته 19.2% من التباين في متغير الكفاءة العالية. كما يبين الجدول قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (4.816) وهي ذات دلالة إحصائية عند ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وبمتابعة قيم (t) وقيم Beta ومستوى الدلالة في الجدول يتضح أن متغير البيئة هو المتغير الوحيد ذو الدلالة الإحصائية حيث بلغت قيمة (t) لمتغير البيئة (2.263) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). وبلغت قيمة Beta لمتغير البيئة (0.195) بمستوى دلالة (0.000). ولم يتضح وجود أثر للمتغيرات المستقلة (الحوكمة المستقلة، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) حيث بلغت قيم (t) لهذا المتغيرات

(1.155) و(1.949) و(0.119) و(0.031) و(0.894) و(1.376) على التوالي، وجميعها لسيت ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### - اختبار الفرضية الثانية $H_{02}$

تنص الفرضية الثانية  $H_{02}$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الجودة العالية) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم إجراء اختبار الانحدار المتعدد. ويبين الجدول رقم (6) نتائج الاختبار:

**الجدول (6):** نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في بُعد الجودة العالية

ANOVA تحليل التباين		ملخص الأنموذج Model Summary	
مستوى الدلالة Sig.	قيمة F	معامل التحديد $R^2$	معامل الارتباط R
0.002	3.362	0.142	0.377
معاملات Coefficients			مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية
مستوى الدلالة	قيمة t	Beta	
0.065	1.862	0.159	الحوكمة المؤسسية
0.561	0.583	0.053	حقوق الإنسان
0.296	1.049	0.092	ممارسات العمل
0.083	1.745	0.155	البيئة
0.029	2.202	0.180	ممارسات التشغيل العادلة
0.103	1.639	0.136	قضايا المستهلك
0.413	0.821	0.072	مشاركة وتنمية المجتمع
المتغير التابع: الجودة العالية			

يتضح من الجدول (6) أن قيمة معامل التحديد يساوي (0.142) وهذا يعني أن أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) تفسر ما نسبته 14.2% من التباين في متغير الجودة العالية. كما يبين الجدول قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (3.362) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .



وبمتابعة قيم (t) وقيم Beta ومستوى الدلالة في الجدول يتضح أن متغير ممارسات التشغيل العادلة هو المتغير الوحيد ذو الدلالة الإحصائية حيث بلغت قيمة (t) للمتغير (2.202) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . وبلغت قيمة Beta للمتغير (0.180). ولم يتضح وجود أثر للمتغيرات المستقلة الأخرى (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) حيث بلغت قيم (t) لهذه المتغيرات (1.862) و(0.583) و(1.049) و(1.745) و(1.639) و(0.821) على التوالي، وجميعها لسيت ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### - اختبار الفرضية الثالثة: $H_{03}$

تنص الفرضية الثالثة  $H_{03}$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الابتكار العالي) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم إجراء اختبار الانحدار المتعدد. ويبين الجدول رقم (7) نتائج الاختبار:

**الجدول (7): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في بُعد الابتكار العالي**

ANOVA تحليل التباين		ملخص الأنموذج Model Summary	
مستوى الدلالة Sig.	قيمة F	معامل التحديد $R^2$	معامل الارتباط R
0.002	3.434	0.145	0.380
المعاملات Coefficients			مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية
مستوى الدلالة	قيمة t	Beta	
0.711	0.371	0.032	الحوكمة المؤسسية
0.101	1.651	0.149	حقوق الإنسان
0.561	0.583	0.051	ممارسات العمل
0.431	0.790	0.070	البيئة
0.043	2.039	0.166	ممارسات التشغيل العادلة
0.170	1.380	0.114	قضايا المستهلك
0.103	1.645	0.143	مشاركة وتنمية المجتمع
المتغير التابع: الابتكار العالي			

يتضح من الجدول (7) أن قيمة معامل التحديد تساوي (0.145) وهذا يعني أن أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل

العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) تفسر ما نسبته 14.5% من التباين في متغير الابتكار العالي. كما يبين الجدول أن قيمة (F) المحسوبة قد بلغت (3.434) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وبمتابعة قيم (t) وقيم Beta ومستوى الدلالة في الجدول يتضح أن متغير ممارسات التشغيل العادلة هو المتغير الوحيد ذو الدلالة الإحصائية حيث بلغت قيمة (t) للمتغير (2.039) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). وبلغت قيمة Beta للمتغير (0.166). ولم يتضح وجود أثر للمتغيرات المستقلة الأخرى (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) حيث بلغت قيم (t) لهذه المتغيرات (0.371) و(1.651) و(0.583) و(0.790) و(1.380) و(1.645) على التوالي، وجميعها لسيت ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

#### اختبار الفرضية الرابعة: $H_{04}$

تنص الفرضية الرابعة  $H_{04}$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق أبعاد مواصفة الأيزو الدولية 26000 للمسؤولية المجتمعية بأبعادها (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في بُعد (الاستجابة السريعة للعملاء) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم إجراء اختبار الانحدار المتعدد، ويبين الجدول رقم (8) نتائج الاختبار:

**الجدول (8):** نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية في بُعد الاستجابة السريعة للعملاء

ANOVA تحليل التباين		ملخص النموذج Model Summary	
Sig. مستوى الدلالة	قيمة F	معامل التحديد $R^2$	معامل الارتباط R
0.000	6.937	0.255	0.505
المعاملات Coefficients			مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية
مستوى الدلالة	قيمة t	Beta	الحوكمة المؤسسية
0.440	0.774	0.062	حقوق الإنسان
0.395	0.854	0.072	ممارسات العمل
0.169	1.381	0.113	البيئة
0.025	2.272	0.188	ممارسات التشغيل العادلة
0.208	1.264	0.096	قضايا المستهلك
0.002	3.086	0.239	مشاركة وتنمية المجتمع
0.575	0.562	0.046	

يتضح من الجدول (8) أن قيمة معامل التحديد تساوي (0.255) وهذا يعني أن أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع) تفسر ما نسبته 25.5% من التباين في متغير الاستجابة السريعة للعملاء. كما يبين الجدول قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (6.937) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). وبمتابعة قيم (t) وقيم Beta ومستوى الدلالة في الجدول، يتضح أن متغيري البيئة وقضايا المستهلك فقط لهما أثر ذو دلالة إحصائية في تحقيق الاستجابة السريعة للعملاء، حيث بلغت قيمة (t) لمتغير البيئة (2.272) وبلغت قيمة (t) لمتغير قضايا المستهلك (3.086) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). وبلغت قيمة Beta لمتغير البيئة (0.188) وقيمة Beta لمتغير قضايا المستهلك (0.239). ولم يتضح وجود أثر للمتغيرات المستقلة الأخرى (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمل، ممارسات التشغيل العادلة، مشاركة وتنمية المجتمع) حيث بلغت قيم (t) لهذه المتغيرات (0.774) و(0.854) و(1.381) و(1.264) و(0.562) على التوالي، وجميعها لسيت ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

### النتائج

1. أظهرت نتائج الدراسة أن مستويات أبعاد المسؤولية المجتمعية (الحوكمة المؤسسية، وحقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، وممارسات التشغيل العادلة، وقضايا المستهلك، ومشاركة وتنمية المجتمع) لدى المستشفى التخصصي من وجهة نظر موظفي المستشفى مرتفعة. ويمكن تفسير هذه النتيجة باهتمام الإدارة العليا في المستشفى التخصصي بتعزيز المركز المتميز الذي يتمتع به المستشفى على الصعيد المحلي والعربي، من خلال تبني كافة المبادرات التي من شأنها خدمة كافة أصحاب المصالح المرتبطة بأنشطة المستشفى، بدءاً من متلقي الخدمة الذي يسعى المستشفى إلى تزويده بأفضل خدمات الرعاية الصحية ذات الجودة العالية وفقاً للمعايير الدولية، وانتهاءً بالمجتمع ككل من خلال الالتزام بمبادئ المسؤولية المجتمعية. وقد أسهمت بعض المبادرات مثل الالتزام بجودة الخدمات الصحية في تعزيز تطبيق مبادئ المسؤولية المجتمعية.
2. يتضح جلياً من واقع البيانات التي تم الحصول عليها لأغراض هذه الدراسة مدى اهتمام إدارة المستشفى بتحقيق المسؤولية المجتمعية من عدة جوانب منها، على سبيل المثال لا الحصر، التزام الإدارة العليا في المستشفى بالمساءلة، واستخدام الموارد المالية والبشرية بكفاءة، وتشجيع مشاركة الآخرين باتخاذ القرارات. ومن جهة أخرى، تحترم إدارة المستشفى التخصصي كافة حقوق الإنسان، وتولي موظفيها اهتماماً كبيراً، علاوة على اهتمامها بالبيئة وحرصها على أن تمتاز خدمات المستشفى بأن تكون آمنة وغير ضارة بالبيئة. وتتوخى إدارة المستشفى التخصصي اتباع ممارسات التشغيل العادلة، بالإضافة إلى حماية المراجعين والمرضى من أية مخاطر تشكل تهديداً على صحتهم، واتباع المنهج الوقائي الذي يهدف إلى حماية الأفراد والبيئة. ومن ناحية

- مشاركة وتنمية المجتمع، فان المستشفى يدعم الاقتصاد الوطني والمشاريع الوطنية، ويهتم بنشر التعليم ويدعم مؤسسات المجتمع المدني.
3. أظهرت نتائج الدراسة أن كافة مستويات أبعاد الميزة التنافسية (الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء) في المستشفى التخصصي كانت مرتفعة. وقد تبين أن إدارة المستشفى تراقب تفاصيل كلف الخدمات، وتعمل على تخفيض الكلف غير المباشرة، وتوظيف التكنولوجيا المتطورة من أجل تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمرضى. ويتميز المستشفى بمستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة للمرضى. وبما يخص الابتكار فان المستشفى يؤمن بأن الإبداع في تحسين الخدمات يعزز من مركزه التنافسي، كما أن إدارة المستشفى تهتم بالمحافظة على رأس المال الفكري للمستشفى. وحيث أن المستشفى التخصصي يمتاز بمستوى جودة الخدمات الصحية، فانه من البدهي أن تكون استجابته للعملاء سريعة، وبحيث يتم تقديم الخدمات التي تلي احتياجاتهم. وبصورة عامة، فقد أسهمت هذه العوامل مجتمعة في أن يكون المستشفى التخصصي قادراً على تحقيق الميزة التنافسية.
4. أظهرت نتائج الدراسة أن متغير البيئة من بين متغيرات مواصفة الأيزو 26000 هو المتغير الوحيد الأكثر أثراً في تحقيق الكفاءة العالية لدى المستشفى التخصصي. وقد بينت نتائج الدراسة وجود أثر ذي دلالة لأبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية (حقوق الإنسان، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء).
5. توصلت الدراسة الى أن متغير ممارسات التشغيل العادلة من بين متغيرات مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية هو المتغير الوحيد والأكثر أثراً في تحقيق الجودة العالية لدى المستشفى التخصصي.
6. بينت نتائج الدراسة أن متغير ممارسات التشغيل العادلة من بين متغيرات مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية هو المتغير الوحيد الأكثر أثراً في تحقيق الابتكار العالي لدى المستشفى التخصصي.
7. أظهرت نتائج الدراسة وجود متغيرين مستقلين هما: البيئة وقضايا المستهلك، واللذين لهما أثر في تحقيق الاستجابة السريعة للعملاء لدى المستشفى التخصصي، وأن متغير قضايا المستهلك يأتي بالدرجة الأولى من حيث أثره في تحقيق الاستجابة السريعة للعملاء.
- وقد اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة القريوتي وآخرين (2014) التي بينت أن الاهتمام بتطبيق المسؤولية المجتمعية يسهم في تحقيق الميزة التنافسية. واتفقت كذلك مع دراسة السكر وآخرين (2013) التي تناولت أثر المسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية في المستشفيات العامة

والخاصة في الأردن، وكذلك دراسة دياب (Diab, 2013) التي توصلت الى أن تطبيق المستشفيات الأردنية الخاصة لأبعاد الميزة التنافسية، ومنها التكلفة والمرونة والاستجابة السريعة للعملاء تؤدي الى تحقيق الميزة التنافسية. وقد استفاد المستشفى التخصصي من مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية من حيث التعرف على معايير المسؤولية المجتمعية التي يجب اتباعها. وقد أكدت دراسة مجذوب ومديحة (2012) ذلك، إذ بينت دور المواصفة في التعريف بمعايير المسؤولية المجتمعية. ومن بين الدراسات التي اتفقت مع نتائج الدراسة الحالية: دراسة بشير وعمار (2012) ودراسة سعيد والبأوي (2010) ودراسة (Purwanto, 2010).

### الاستنتاجات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فإنه يمكن تقديم الاستنتاجات التالية في مجال تطبيق المسؤولية المجتمعية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية:
1. يطبق المستشفى التخصصي، من وجهة نظر موظفي المستشفى، أبعاد مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية بدرجة مرتفعة.
  2. يتمتع المستشفى التخصصي، من وجهة نظر موظفي المستشفى، بدرجة مرتفعة لأبعاد الميزة التنافسية ممثلة بالكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء.
  3. أدى اهتمام المستشفى التخصصي بتطبيق بعد البيئة من بين أبعاد مواصفة الأيزو 26000 الى تحقيق الميزة التنافسية في جانب الكفاءة العالية.
  4. ترتب على اهتمام المستشفى التخصصي بتطبيق بعد ممارسات التشغيل العادلة تحسُّن قدرة المستشفى على تحقيق الميزة التنافسية في جانب الجودة العالية.
  5. أسهم اهتمام المستشفى التخصصي بتطبيق بعد ممارسات التشغيل العادلة في تحسُّن قدرة المستشفى على تحقيق الميزة التنافسية من خلال الابتكار العالي.
  6. يلعب الاهتمام بقضايا المستهلك والبيئة معاً دوراً هاماً في تحسُّن قدرة المستشفى التخصصي على تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحسين الاستجابة السريعة للعملاء.

### التوصيات

- توصي الدراسة، في ضوء النتائج والاستنتاجات السابقة من أجل الاهتمام بقضايا المسؤولية المجتمعية وتحسين قدرة المنظمة على تحقيق الميزة التنافسية، بالعمل على ما يلي:
1. أن تولي المنظمات المسؤولية المجتمعية جل عنايتها، بوصفها ممارسة مجتمعية تعبر عن مدى الالتزام الأخلاقي من قبل المنظمة اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وتبعاً لما يترتب عليها من

تحسين لصورة المنظمة ومساعدتها في تحقيق الميزة التنافسية، وذلك من خلال السعي الجاد لتطبيق مبادئ المسؤولية المجتمعية، بدءاً من التعرف على معايير المسؤولية المجتمعية والحصول على الاستشارات في هذا المجال وتدريب العاملين لاكتساب المهارات الضرورية لتطبيق تلك المبادئ، ووضع الخطط الملانمة، وتوفير الموارد المطلوبة، والتزام الإدارة العليا وإيمانها المطلق بأهمية المسؤولية المجتمعية، ودمج هذه المبادئ في أنشطة وعمليات المنظمة، وانتهاء بالممارسة الفعلية على أرض الواقع لمبادئ المسؤولية المجتمعية.

2. اهتمام المنظمات بالحوكمة المؤسسية، واحترام حقوق الإنسان، وممارسات العمل، والاهتمام بالقضايا البيئية، والالتزام بممارسات التشغيل العادلة، والاهتمام بقضايا المستهلك، وتشجيع وتنمية المجتمع، وذلك من خلال التعرف على مضامين كل بُعد من هذه الأبعاد والعمل على تبنيها.

3. الأخذ بمقومات الميزة التنافسية المتمثلة بالكفاءة العالية، والجودة العالية، والابتكار العالي، والاستجابة السريعة للعملاء، من أجل تحسين قدرة المنظمة على تحقيق الميزة التنافسية، وذلك بعد إدراك المقصود بكل بُعد من هذه الأبعاد والأنشطة والممارسات التي يجب القيام بها من أجل تحقيق هذه الأبعاد.

4. تعرف المنظمات على أصحاب المصالح ذوي العلاقة بعملها من أجل استيعاب وقبول متطلبات كل طرف منهم، في ظل الموازنة بين أهداف المنظمة وأهداف أصحاب المصالح واهتماماتهم.

5. تصميم مؤشرات قياس جديدة يمكن من خلالها التعرف على طبيعة الأنشطة الضرورية لتطبيق مبادئ المسؤولية المجتمعية في البيئة الأردنية، وبحيث تكون منسجمة مع المقاييس العالمية.

6. إنشاء وحدة خاصة في المنظمات للمسؤولية المجتمعية من أجل تركيز الجهود، وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المنشودة، وتقليل مدى الانحراف في مختلف الأنشطة والعمليات. ويمكن أن ترتبط هذه الوحدة بالوحدات الرقابية، على أن يكون من مهامها إدامة التواصل مع الجهات المعنية في المجتمع المحلي.

7. إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول موضوع المسؤولية المجتمعية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في مختلف القطاعات من أجل التعرف على طبيعة هذا الأثر، والتأكد من إمكانية تعميم النتائج، بالإضافة إلى دراسة متغيرات جديدة سواء ضمن المسؤولية المجتمعية أم الميزة التنافسية.

## المراجع العربية:

- إسماعيل، أسامة. (2012). "خارطة الطريق الى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، مجلة عالم الجودة، العدد 15، 4-17 (On-Line) متاح في الموقع: <http://www.alamelgawda.com>.
- بشير، بن عيشي، وعمّار، بن عيشي. (2012). "أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في مؤسسات الصناعية الجزائرية: دراسة حالة ولاية بسكرة" (On-Line) متاح في: <http://www.iefpedia.com>.
- البكري، ثامر، وبني حمدان، خالد. (2013). "الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة: محاكاة لشركة HP في اعتمادها الاستراتيجية الاستدامة"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 3، 9-11.
- الحسن، بوبكر محمد. (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة: دراسة حالة لمؤسسة نفضال وحدة باتنة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- حسون، علي وسلمان، حمد وفدعوس، عامر. (2012). "أثر المنظمة المتعلمة في تحقيق الميزة التنافسية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، المجلد 1، 32-35.
- راشي، طارق. (2013). "دور تبني مقاربة المسؤولية الاجتماعية في خلق وتدعيم ريادة وتنافسية منظمات الأعمال"، المؤتمر العلمي العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي: النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي للفترة من 9-10 سبتمبر، إسطنبول، تركيا.
- سعيد، سناء عبد الرحيم، والبأوي، عبدالرضا ناصر. (2010). "الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 203، 83-248.
- عبد الرحمن، العايب. (2011). التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة فرحات عباس، الجزائر.

القيوتي، موسى قاسم، والخالدة، رياض عبد الله، وقطيشات، مازن كمال، والحنيطي، محمد فالح، والمعايطة، محمد عطوة. (2014). "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة في شركة زين للاتصالات الخلوية". مجلة دراسات: العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 1، 37-55.

مجنوب، بحوصي، مديحة، بخوش. (2012). "دور المواصفة الأيزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية المجتمعية"، المؤتمر الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للفترة 14-15 فبراير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر.

محمد، إيمان عبد. (2013). "علاقة إدارة المعرفة الاستراتيجية وأثرها في الميزة التنافسية". بحوث مستقبلية، المجلد 1، 41-47.

مخولف، شادية. (2011). ضمان جودة المسؤولية المجتمعية للتعليم الجامعي الفلسطيني. مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، 2011/9/29، نابلس، فلسطين.

المليجي، أسامة. (2010). "المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والمواصفة القياسية الدولية آيزو 26000"، المؤتمر السنوي للجمعية المصرية للجودة: الجودة واستراتيجية التغيير، للفترة من 24-25 مايو، القاهرة، مصر.

منظمة الأيزو الدولية. (2012). المواصفة القياسية الدولية آيزو 26000: دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، المكتب التنفيذي الإداري، الأمانة المركزية، جنيف، سويسرا.

ناجي، عاملة محسن. (2011). إدراك المستهلك العراقي للمسؤولية الاجتماعية للشركات. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 28، 115-141.

نايف، محسن. (2010). "المسؤولية الاجتماعية آيزو 26000: نشرة تعريفية"، شركة تنمية المعرفة (On-Line) متاح في: <http://www.kl-dev.com>.

النسور، رابعة سالم. (2010). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية العاملة في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.



- وهيبة، مقدم. (2012). "تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة الدولية الأيزو 26000 للمسؤولية المجتمعية". جامعة عبد الحميد ابن باديس (مستغانم)، (On-Line) متاح في <http://www.eldjazaironline.net/02/nationa>.
- ياسين، محمد عاطف. (2008). واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- يونس، زينب شوقي. (2014). دور الميزة التنافسية في تطوير خدمات المرافق العامة: دراسة حالة السكك الحديدية في مصر. مجلة النهضة، المجلد 15، العدد 2، 85-55.

#### المراجع الأجنبية:

- Al-Sukkar, A. S., Abu Hussein, H. M. & Abu Jalil, M. M. (2013). The Effect of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: Field Study in the Governmental and Private Hospitals in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4, No. 5, pp. 142-152.
- Aragon-Correa, J. A. and Sharma, S. (2003). A Contingent Resource-based Review of Proactive Corporate environmental Strategy. *Academy of Management Review*, Vol. 28: 71-88.
- Azam, S., Hussain, Z. & Fiaz, D. (2010). Impact of corporate social responsibility in small and medium enterprises in Pakistan. *International Journal of Scientific Footprints*, Vol. 2, No. 1, pp. 8-21.
- Brandão, C., Rego, G., Duarte, I. & Nunes, R. (2013). Social responsibility: A new paradigm of hospital governance? *Health Care Anal*, Vol. 21, pp. 390-402
- Daft, R. (2008). *Organization theory and design*. New York: West Publishing Co.
- Dhanesh, G. S. (2015). Why corporate social responsibility? An analysis of drivers of CSR in India. *Management Communication Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 114-129.
- Diab, S. (2013). Using the Competitive Dimensions to Achieve Competitive advantage: A Study on Jordanian private hospitals. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 7, pp. 695-706.

- El-Garaihy, W., Mobarak, A. & Albahussain, S. (2014). Measuring the impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: A mediation role of reputation and customer satisfaction. *International Journal of Business and Management*; Vol. 9, No. 5, pp. 109-124.
- Esben, R. & Pedersen, G. (Ed.). (2015). *Corporate social responsibility*, London: Sage Publications.
- Gharaee, H., Bahrami, M.A, Rejaliyan, F., Atashbahar, O.B., Homayouni, A., Ataollahi, F., & Jamali, E. (2013). Corporate social responsibility of hospitals: The effect of emotional intelligence. *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol.17, No. 7, pp.842-847.
- Katavic, I. (2014). *Corporate social responsibility and sustainable competitive advantage: A case study of the cement industry*. Unpublished PhD. Dissertation, Northcentral University, Arizona: USA
- Pérez, A. (2014). Corporate reputation and CSR reporting to stakeholders: Gaps in the literature and future lines of research. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 20, No. 1, pp. 11-29.
- Purwanto, Yadi. (2010). The effect of service delivery performance and corporate social responsibility on institutional image and competitive Advantage and its implication on customer trust: A survey of private hospitals in Solo Raya. *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 4, No. 2, pp. 168-185.
- Sharabati, A. A., Nour, A. I. & Shamari, N. S. (2013). The Impact of Intellectual Capital on Jordanian Telecommunication Companies' Business Performance. *American Academic & Scholarly Research Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 32-46.
- Velasco1, J., Icedo, O., Cañas, R. & Torres, M. (2013). Social responsibility used as a competitive advantage tool: A comparison between corporations and small companies in Mexico's Baja region. *IPEDR*, Vol. 60, No. 9, pp. 39-43.

**List of Sources and References:**

- Abdel-Rahman, Laib. (2011). "Controlling the Overall Performance of The Economic Institution in Algeria in light of sustainable Development Challenges". Unpublished PhD Thesis, Ferhat Abbas University, Algeria.
- Al Bakri, Thamer, and Bani Hamdan, Khaled. (2013). "The Conceptual Framework for Sustainability and Sustainable Competitive Advantage: A Simulation of HP in its Adoption of the Sustainability Strategy" ,*The Academia Journal of Social and Human Studies*, No. 9.3-11.
- Al-Nsour, Rabaa Salem. (2010). "The Impact of Adopting Social Responsibility Patterns in Achieving Competitive Advantage: A Field Study in Commercial Banks Operating in Jordan". Unpublished Master's Thesis, Middle East University, Amman, Jordan.
- Al-Qaryouti, Musa Qassem, Al-Khawaldeh, Riyadh Abdullah, Qteishat, Mazen Kamal, Hunaiti, Muhammad Faleh, and Al-Maaytah, Muhammad Atwa. (2014). "The Role of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: A Case Study in Zain Mobile Communications Company". *Dirasat Journal: Administrative Sciences*, Volume 41, Issue 1.37-55.
- Al-Sukkar, A. S., Abu Hussein, H. M. & Abu Jalil, M. M. (2013). The Effect of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: Field Study in the Governmental and Private Hospitals in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4, No. 5, pp. 142-152.
- Aragon-Correa, J. A. and Sharma, S. (2003). A Contingent Resource-based Review of Proactive Corporate environmental Strategy. *Academy of Management Review*, Vol. 28: 71-88.
- Azam, S., Hussain, Z. & Fiaz, D. (2010). Impact of corporate social responsibility in small and medium enterprises in Pakistan. *International Journal of Scientific Footprints*, Vol. 2, No. 1, pp. 8–21.
- Bachir, Benaichi, and Ammar, Benaichi. (2012). "The Impact of Social Responsibility on the Competitive Advantage in Algerian Industrial Enterprises: A Case Study of Biskra Province" (On-Line) Available at: <http://www.iefpedia.com>.
- Brandão, C., Rego, G., Duarte, I. & Nunes, R. (2013). Social responsibility: A new paradigm of hospital governance? *Health Care Anal*, Vol. 21, pp. 390–402
- Daft, R. (2008). *Organization theory and design*. New York: West Publishing Co.

- Dhanesh, G. S. (2015). Why corporate social responsibility? An analysis of drivers of CSR in India. *Management Communication Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 114–129.
- Diab, S. (2013). Using the Competitive Dimensions to Achieve Competitive advantage: A Study on Jordanian private hospitals. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 7, pp. 695-706.
- El Hassan, Boubaker Mohamed. (2014). “*The Role of Social Responsibility in Improving Organization Performance: A Case Study of the Naftal Batna Foundation*”. Unpublished Master's Thesis, University of Mohamed Khider, Algeria.
- El-Garaihy, W., Mobarak, A. & Albahussain, S. (2014). Measuring the impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: A mediation role of reputation and customer satisfaction. *International Journal of Business and Management*; Vol. 9, No. 5, pp. 109-124.
- El-Meligy, Osama. (2010). “Corporate Social Responsibility and the International Standard ISO 26000”, *The Annual Conference of the Egyptian Society for Quality: Quality and Change Strategy*, for the period May 24-25, Cairo, Egypt.
- Esben, R. & Pedersen, G. (Ed.). (2015). *Corporate social responsibility*, London: Sage Publications.
- Gharaee, H., Bahrami, M.A, Rejaliyan, F., Atashbahar, O.B., Homayouni, A., Ataollahi, F., & Jamali, E. (2013). Corporate social responsibility of hospitals: The effect of emotional intelligence. *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol.17, No. 7, pp.842-847.
- Hassoun, Ali and Salman, Hamad and Fadous, Amer. (2012). “*The Impact of the Educated Organization in Achieving Competitive Advantage*”, *Journal of Baghdad College of Economic Sciences*, Volume 32.1-35.
- Ismail, Osama. (2012). “*The Roadmap to Corporate Social Responsibility*”, *Quality World Magazine*, No. 4.15-17 (On-Line) Available at: <http://www.alamelgawda.com>
- ISO International. (2012). “*International Standard ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*”, Administrative Executive Office, Central Secretariat, Geneva, Switzerland.
- Katavic, I. (2014). *Corporate social responsibility and sustainable competitive advantage: A case study of the cement industry*. Unpublished PhD. Dissertation, Northcentral University, Arizona: USA

- Majthoub, Bahousi, Madiha, Bakhoush. (2012). "The Role of ISO 26000 in Defining Social Responsibility Standards", *Third International Conference on Business Organizations and Social Responsibility* for the period 14-15 February, Faculty of Economics, Commerce, and Management Sciences, Bechar University, Algeria.
- Makhlouf, Shadia. (2011). "Quality Assurance of The Social Responsibility for The Palestinian University Education". *Social Responsibility Conference for Palestinian Universities*, 29/9/2011, Nablus, Palestine.
- Mohammad, Iman Abd. (2013). "The relationship of strategic knowledge management and its impact on competitive advantage." *Future Research Journal*, Volume 41.1-47.
- Naif, Mohsen. (2010). "*Social Responsibility ISO 26000: An Introductory Bulletin*", Knowledge Development Company (On-Line) Available at: <http://www.kl-dev.com>
- Naji, Amleh Mohsen. (2011). Iraqi consumer perception of corporate social responsibility. *Journal of Baghdad College of Economics Sciences*, Issue 28, 115-141.
- Pérez, A. (2014). Corporate reputation and CSR reporting to stakeholders: Gaps in the literature and future lines of research. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 20, No. 1, pp. 11-29.
- Purwanto, Yadi. (2010). The effect of service delivery performance and corporate social responsibility on institutional image and competitive Advantage and its implication on customer trust: A survey of private hospitals in Solo Raya. *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 4, No. 2, pp. 168-185.
- Rashi, Tariq. (2013) "The Role of Adopting a Social Responsibility Approach in Creating and Strengthening the Entrepreneurship and Competitiveness of Business Organizations", *The Ninth International Conference on Islamic Economics and Finance: Growth, Justice, and Stability from an Islamic Perspective* for the period 9-10 September, Istanbul, Turkey.
- Saeed, Sanaa Abdel Rahim, and Al-Bawi, Abdel Reda Nasser. (2010). "The Strategic Role of Comprehensive Social Responsibility in Achieving Sustainable Competitive Advantage: A Case on The State Company of Fertilizers / Southern Region", *Journal of Administration and Economics*, No. 83.203-248.
- Sharabati, A. A., Nour, A. I. & Shamari, N. S. (2013). The Impact of Intellectual Capital on Jordanian Telecommunication Companies' Business Performance. *American Academic & Scholarly Research Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 32-46.

- Velasco1, J., Icedo, O., Cañas, R. & Torres, M. (2013). Social responsibility used as a competitive advantage tool: A comparison between corporations and small companies in Mexico's Baja region. *IPEDR*, Vol. 60, No. 9, pp. 39-43.
- Wahiba, Mokadem. (2012). *“Improving the Environmental and Social Performance of Industrial Enterprises through the Adoption of the International Standard ISO 26000 for Social Responsibility.”* University of Mostaghanem Central, (On-Line) Available at: <http://www.eldjazaironline.net/02/nationa>.
- Yassin, Mohammad Atef. (2008). *“The Reality of Industrial Business Organizations Adopting Social Responsibility: An Applied Study of The Opinions of a Sample of Key Job Managers in The Jordanian Human Pharmaceutical Industry”*. Unpublished Master's Thesis, Middle East University, Amman, Jordan.
- Younes, Zainab Shawky. (2014). *“The Role of Competitive Advantage in the Development of Public Utility Services: A Case Study of Railways in Egypt”*. *Al-Nahda Journal*, Vol. 15, No. 2, 55-85.