

واقع السمعة التنظيمية لمستشفى صلاح الدين العام

دراسة استطلاعية لآراء عينة من المرضى الراقدين

The reality of the organizational reputation of Salah El-Din General Hospital

A prospective study of the opinions of a sample of inpatients

مصطفى مؤيد عبد الوهاب، ناجي عبد الستار محمود²

¹ جامعة تكريت (العراق)، cade.2021.53@st.tu.edu.iq

² جامعة تكريت (العراق)، Naje.abdulsattar@tu.edu.iq

تاريخ النشر: 2023/06/22

تاريخ القبول: 2022/08/04

تاريخ الاستلام: 2022/08/01

ملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على واقع السمعة التنظيمية لمستشفى صلاح الدين العام من وجهة نظر المرضى الراقدين فيه وبغية تحقيق هدف الدراسة فقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم اعتماد الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات وتمثل مجتمع الدراسة بالمرضى الراقدين في المستشفى المبحوث. وتوصلت الدراسة إلى ان إن مستوى السمعة التنظيمية من وجهة نظر المرضى الراقدين في المستشفى المبحوث، جاءت عند مستوى أهمية متوسطة. بالإضافة إلى أن المستشفى المبحوث لديها اهتمام متوسط ببعد المسؤولية الاجتماعية أكثر من باقي الأبعاد والتي جاءت منخفضة.

كلمات مفتاحية: السمعة التنظيمية، مستشفى صلاح الدين العام.

تصنيفات JEL : M1 , M131

Abstract:

The current study aimed to identify the reality of the organizational reputation of Salah El-Din General Hospital from the point of view of the patients admitted to it.

The study concluded that the level of organizational reputation from the point of view of patients admitted to the hospital in question, came at a level of medium importance. In addition, the surveyed hospital had an average interest in the social responsibility dimension more than the rest of the dimensions, which were low.

Keywords: organizational reputation Salah El-Din General Hospital

JEL Classification Codes: M1, M131.

1. مقدمة:

في ظل الاضطراب المستمر الذي تشهده بيئة الأعمال، والذي ينتج عن التغييرات التكنولوجية والاقتصادية والسياسية، تقوم منظمات الأعمال بشكل عام ومنظمات القطاع الحكومي بشكل خاص بالاجتهاد في سبيل مجاراة هذه التغييرات، إلا أنه لا يزال هنالك من التحديات ما يؤثر في سمعتها التنظيمية والتي يُعبّر عنها بانطباعات أو تصورات أصحاب المصلحة عن المنظمة وخدماتها وابتكاراتها، وموقفها القانوني تجاه المجتمع والبيئة خلال مدة من الزمن.

وتأسيساً على ما سبق فهناك ضرورة لتعزيز السمعة التنظيمية في المنظمات الصحية الحكومية كمستشفى صلاح الدين العام بوصفه منظمة خدمية مهمة لها صلتها المباشرة بحياة الفرد والمجتمع، فضلاً عن تجنب الهدر الحاصل لموارد الدولة من خلال الاسهام في المحافظة على عدم اخراج العملات الصعبة خارج البلد بسبب لجوء المرضى إلى المستشفيات في الخارج.

ومن هذا المنطلق فإن مشكلة الدراسة تتمحور في التساؤل الرئيس والذي مفاده (ماهو واقع السمعة التنظيمية في المستشفى المبحوث؟) وتنبثق عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية المعبرة عن مشكلة الدراسة في المنظمة المبحوثة وكالاتي:

1. ما مستوى السمعة التنظيمية للمستشفى المبحوث؟
 2. مدى اهتمام المستشفى المبحوث بأبعاد الريادة المسعة التنظيمية (جودة الخدمة، الابداع، المسؤولية الاجتماعية)؟
- وافترضت الدراسة فرضيتين مفادهما:

1. تتمتع المستشفى المبحوث بمستوى عال من السمعة التنظيمية.
 2. تهتم المستشفى المبحوث بكافة أبعاد السمعة التنظيمية بشكل متساوي.
- وسعت الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف هي:

1. التعرف الى مستوى السمعة التنظيمية للمستشفى المبحوث.
2. تحديد أي من أبعاد السمعة التنظيمية تهتم بها المستشفى المبحوث.

3. تقدم مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات للمستشفى المبحوث التي من شأنها ان تعزز من سمعتها التنظيمية.

ومن اجل تحقيق أهداف الدراسة والتحقق من صحة فرضياتها فقد قسمت الدراسة إلى ثلاثة محاور اختص المحور الأول ببعض الدراسات السابقة ذات الصلة بالسمعة التنظيمية اما المحور الثاني فتمثل بالجانب النظري للسمعة التنظيمية، في حين تضمن المحور الثالث الجانب العملي من الدراسة.

2. بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة:

1.2: دراسة: (الشامي، 2020)

عنوان الدراسة: العوامل المؤثرة على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع العام الاردني
هدفت الدراسة الى التعرف على أكثر العوامل تأثيراً في بناء السمعة التنظيمية في القطاع العام الأردني، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي تمثل مجتمع الدراسة من جميع الموظفين العاملين في ستة مؤسسات حكومية اردنية وبلغ عددهم (4607) موظفاً، وشملت عينة الدراسة (600) موظف وموظفة منهم، توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغيرات (الابداع، العدالة وسيادة القانون، القيادة الإدارية، النزاهة واخلاقيات العمل، المسؤولية المجتمعية، جودة الخدمة) بنسب مختلفة في السمعة التنظيمية المدركة للقطاع العام الأردني، فضلاً عن عدم وجود اثر للثقة التنظيمية على السمعة التنظيمية المدركة، كما قدمت الدراسة عددا من التوصيات ولعل أهمها تأسيس مركز لدراسات السمعة التنظيمية في القطاع العام الأردن، والاهتمام بعنصري الابداع وجودة الخدمة ووضع الخطط والاستراتيجيات الكفيلة بتفعيلها في الأجهزة الحكومية.

2.2: دراسة: (مصطفى، 2021)

عنوان الدراسة: تعزيز السمعة التنظيمية للمدرسة الثانوية العامة في مصر على ضوء القيادة الريادية
هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الريادية في تحسين السمعة التنظيمية للمدرسة الثانوية العامة في مصر، واكتشاف أهمية الممارسات الريادية في تحسين السمعة التنظيمية للمدرسة المبحوثة، واعتمد المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع البحث باولياء الأمور للطلبة ، وشملت عينة الدراسة(215)

فرداً. وتوصلت الدراسة الى عدة استنتاجات اهمها وجود عدد من جوانب القصور في المدرسة الثانوية العامة التي تعكس الصورة الذهنية السلبية لدى اولياء أمور الطلبة، فضلا عن تقديمها لتوصيات تمثلت بزيادة الوعي والاهتمام من قبل الإدارة المدرسية بمفهوم القيادة الريادية والعمل على تطبيقه من اجل تعزيز سمعة المنظمة المبحوثة.

3.2: دراسة (الزبيدي والعزي، 2021)

عنوان الدراسة: تأثير الذكاء الشعوري في سمعة المنظمة - بحث ميداني لعينة من المصارف الأهلية في بغداد تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الذكاء الشعوري في سمعة المنظمة لعينة من المصارف الأهلية في بغداد، تمثل مجتمع البحث ب(285) من القيادات المتمثلة بكل من يشغل المناصب الوظيفية (مدير مصرف، معاون مدير مصرف، مدير قسم، معاون مدير قسم، مسؤول شعب (، وشملت عينة الدراسة (170) فردا من القيادات، توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها حرص المصارف الأهلية على تحسين مستوى سمعتها التنظيمية بتوجيه الذكاء الشعوري، عززت المصارف الأهلية سمعتها بتطوير الجودة والأداء، من خلال دعمها لبرامج التحسين المستمر في جميع فعالياته وانشطته، أبدت المصارف الأهلية اهتماما ملحوظا في المسؤولية الاجتماعية وبما يحسن من سمعتها التنظيمية، كما قدمت الدراسة مجموعة توصيات ولعل من ابرزها ينبغي على المصارف الأهلية الاهتمام بالابداع والابتكار وبما يحسن من مستوى سمعتها، وتعزيز سمعة المصارف الأهلية من خلال تطوير الجودة والأداء بأعداد المزيد من الخطط المنسقة لتحقيق الجودة وتبني معايير تقييم الأداء.

4.2: دراسة (Irfan, et al. 2020)

عنوان الدراسة: نضج إدارة المشروع والسمعة التنظيمية: دراسة حالة لمنظمات القطاع العام في باكستان الهدف من هذه الدراسة هو اقتراح وتقييم نموذج بحث يتضمن دراسة العلاقة بين نضج إدارة المشروع والسمعة التنظيمية، فضلا عن تحديد ما إذا كانت العوامل المحددة للنضج المنظمي لها تأثير على سمعة مؤسسات القطاع العام في باكستان، تمثل مجتمع الدراسة بالمديرين العاملين في المستوى المتوسط للمنظمات المشاركة في تنفيذ مشاريع مختلفة لحكومة باكستان، وشملت عينة الدراسة (425) مستجيباً من

مؤسسات القطاع العام القائمة على تنفيذ المشاريع في باكستان، توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها وجود علاقة إيجابية مهمة بين النضج في إدارة المشروع وسمعة مؤسسات القطاع العام، إذ إن مؤسسات القطاع العام في باكستان يمكن أن تكتسب رأس مال ذي سمعة إذا كان لديها عمليات مشروع موحدة ومتسقة، وإن التحسين المستمر والاستثمار في التدريب على إدارة المشاريع يمكن أن يكون لهما تأثير إيجابي على هوية وصورة المنظمات، كما قدمت الدراسة مجموعة توصيات كان من أبرزها إذا كانت مؤسسات القطاع العام في باكستان ترغب في إصلاح سمعتها ، وجذب الاستثمار الأجنبي ، والبقاء في الاوقات الاقتصادية المضطربة ، فيجب عليها التركيز على تنفيذ نماذج نضج إدارة المشروع.

5.2: دراسة (Khan, et al. 2021)

عنوان الدراسة: تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على سمعة الشركة وولاء الزبائن والأداء التنظيمي
الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على دور أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تحسين (سمعة الشركة، وولاء الزبائن، والأداء التنظيمي)، تمثل مجتمع الدراسة بمجموعة من زبائن المصارف الخاصة في دولة الباكستان، وشملت عينة الدراسة (377) من الزبائن ، توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها إن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر بشكل إيجابي على سمعة الشركة وولاء الزبائن والأداء التنظيمي في القطاع المصرفي في باكستان ، كما قدمت الدراسة مجموعة توصيات كان من أبرزها يجب على المصارف تضمين المسؤولية الاجتماعية في خططها الاستراتيجية طويلة الأجل لتحسين تجربة الزبائن بشكل عام، لأن هذه الانشطة ستقود إلى تحديد هوية الزبائن مما يحسن سمعتهم، كما يجب على المديرين مراجعة السمعة بعناية لأنها تلعب دورًا مهمًا في التقييم للمصارف.

6.2: اوجه الاستفادة من الدراسات السابقة ومميزات الدراسة الحالية

من خلال التعمق والاطلاع الواسع على الدراسات والجهود المعرفية السابقة التي تم استعراضها وتشخيص أهم اوجه الاختلاف والاتفاق بينها وبين الدراسة الحالية، وهذا ما ساهم في تعزيز واثراء الدراسة الحالية وفيما يلي أهم مجالات الاستفادة منها:

- 1- مساعدة الباحث في صياغة مشكلة الدراسة بشكل علمي وواضح ودقيق، فضلاً عن تسهيل الصياغة للفرضيات.
- 2- الاستفادة من هذه الدراسات في صياغة وبناء المنهجية من خلال الاطلاع على ما جاء في منهجياتها وطريقة ترتيب تسلسل فقراتها وبالنتيجة مساعدة الباحث على اخراجها بالشكل الحالي.
- 3- المساهمة في تحديد وانتقاء المتغيرات التي تتناسب مع الدراسة الحالية وميادنها، واستخدام الاساليب الاحصائية التي تناسبها، ومن ثم عرض نتائج التحليل الاحصائي وتفسيرها ومناقشتها وربطها مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة من استنتاجات.
- 4- تمكن الباحث من وضع دراسته الحالية في الإطار الصحيح والموقع المناسب من الدراسات السابقة ومن ثم توضيح ما ستضيفه الدراسة الحالية إلى ما سبقها..

3. السمعة التنظيمية

1.3: مفهوم السمعة التنظيمية:

عَدَّ مصطلح السمعة التنظيمية جديد نسبياً وفقاً لـ(DeCarvalho)، إذ إن أول استخدام لهذا المصطلح كان في كتب وبحوث التسويق خلال الاربعة عقود الماضية، ثم ادخل هذا المفهوم بعد ذلك في ادب العلاقات العامة خلال العشر سنوات الاخيرة، كما انه تميز بكثرة النقاشات والاختلافات بشأنه، إذ استخدم بكثرة في البحوث العلمية ولكن دون وجود معايير تحدده بشكل دقيق، وهذا يقود إلى حدوث تداخل بينه وبين مصطلح صورة المنظمة، وعندما يشار إلى سمعة منظمة ما، معنى ذلك اشارة إلى ادراك الزبائن ومواقفهم وتقييمهم وانطباعهم تجاه تلك المنظمة (الجابري، 2020: 53)، وفي سياق الحديث يفترض قبل القيام باي دراسة حول قياس مستوى السمعة التنظيمية معرفة ما هو الهدف من هذا القياس، فإذا كان الهدف هو التعرف على تصورات أو انطباعات أصحاب المصلحة حول ما تقدمه من خدمات فيكون مصطلح "السمعة بشكل عام" هو الأنسب، اما اذا كان الهدف منها يتعلق بقرارات ادارية واستراتيجية فان مصطلح "السمعة كسمة" هو الأنسب (Parker,etal.,2022:4)، وهنالك من يعدّها مفهوم متعدد الأبعاد، يتضمن عددا من المكونات والتي تتشكل بالاعتماد على المدركات، إذ أنّها

تعكس افعالها وإجراءاتها لفترات زمنية سابقة والتي تترك الاثر الواضح في توقعات عملائها مستقبلا، فيما يتعلق بجودة خدماتها أو منتجاتها (الصالحى، 2019: 55)، وهناك وجهة نظر اخرى تناولها من زاوية أنها تمثل الانطباع الذي يتشكل لدى جميع اصحاب المصلحة ذوي الاتصال والتفاعل الدائم معها، فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها والقرارات التي تتخذها والانظمة التي تطبقها والسياسات التي تتبعها، والتي من خلالها تتحدد علاقتهم ودعمهم وثقتهم بها، أي بمعنى اخر أنها تشير إلى جميع انجازات المنظمة وجهودها الرامية لتحقيق رفاهية المجتمع وكسب رضا الزبائن (رشيد والزيادي، 2014: 70)، اما (سعيد وعباس، 2016: 81) فينظر اليها من جانب القيم التي تحملها المنظمة كالإبداع، والاصالة، والمسؤولية الاجتماعية، والتي يلتمسها الفرد، وتمثل قيمة ذاتية تحقق ميزة تنافسية للمنظمة من خلال تعزيز الولاء وجذب الزبائن.

2.3: أهمية السمعة التنظيمية

إن سمعة المنظمة تُعدُّ أمراً ذا أهمية كبرى، ولعل مرد ذلك إلى تأثيرها الكبير على تصورات أو انطباعات جميع اصحاب المصلحة ذوي الصلة بالمنظمة، سواء في داخل المنظمة كالموظفين أو خارجها كالزبائن وأصحاب المصلحة بشكل عام، وحددها (سعود واخرون، 2020: 346) و (Esenyel, 2020: 35) بالنقاط الاتية:

- تُعدُّ الوسيلة الفعالة التي تستخدمها المنظمة لإيصال رسائلها إلى أصحاب المصلحة والجمهور المستهدف.
- تعزز من الثقة والثبات لدى المنظمة خلال اوقات الازمات.
- تعزز من صحة المنظمة من خلال تشكيلها لمناخ عمل متميز.
- تُعد عامل جذب لأفضل الموارد البشرية للعمل في المنظمة.
- تُعدُّ عامل جذب لمنظمات اخرى للدخول مع المنظمة في تحالفات استراتيجية، بما يسهم في توسعها افقيا وعموديا.

اما (Fauzan, 2022: 33) و (النجار، 2018: 30) فلقد حددها بالاتي:

- تلعب دوراً متميزاً وفعالاً في تعزيز الثقة لدى الجمهور بما تقدمه المنظمة من خدمات، وذلك من خلال نشر الزبائن لتجارهم وتعاملاتهم الحقيقية مع المنظمة أو ما يسمى بكلمة الفم الطيبة في وسائل التواصل الاجتماعي مما يترك أثراً في ترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة لدى جمهورها.
- تُعدّ مؤشر تستطيع المنظمة من خلاله تشخيص مواطن القوة وتعمل على تعزيزها، وتحديد مواطن الضعف والخلل ومحاولة تقليصها قدر الإمكان.
- تساهم في اعطاء زبائن المنظمة وموظفيها ومورديها ثقة عالية بما تقدمه من خدمات أو سلع.
- اما (Bass, 2018: 3) و(Feldman,2014:56) فلقد اجملوا بالنقاط الآتية:
 - تساهم في الاحتفاظ بالموظفين ذوي الكفاءات المتميزة والذين يعدون مصدر قوة للمنظمة.
 - مساهمتها في رفع المعنويات ومستوى الشعور بفخر الانتماء للمنظمة والذي ينعكس على مستوى أدائهم
 - تُعدّ عامل جذب للاستثمار والمستثمرين لتطوير المنظمة والارتقاء بها عالمياً.
 - تساعد في جمع وتوحيد جهود جميع الموظفين باتجاه تحقيق اهداف المنظمة.
 - تمثل مرآة عاكسة لمستوى ونوعية الأداء داخل المنظمة.

3.3: ابعاد السمعة التنظيمية

لقد تناول الباحثين والدراسات العلمية ابعاداً مختلفة ومتنوعة ذات صلة بمفهوم السمعة التنظيمية، ولعل سبب ذلك، هو نتيجة الاختلافات في طبيعة تلك الدراسات والبحوث ومجالات تطبيقها، ولكن في الدراسة الحالية سوف يتم تناول الابعاد الثلاثة الاساسية (جودة الخدمة، الابداع، المسؤولية الاجتماعية)، وكما يلي:

أولاً: جودة الخدمة: في مستهل الحديث وقبل الخوض بتفاصيل هذا المفهوم لا بد من التعرف على انه يتكون من شقين، إذ يتعلق الاول بمفهوم الجودة والتي تم وصفها من قبل (Juran) بانها تلبية أو تجاوز توقعات الزبون، اما الثاني فيتعلق بالخدمة والتي عرفها (Gronroos) بانها عملية تتكون في الغالب من مجموعة من الانشطة غير الملموسة، إذ يجري التفاعل خلالها بين الزبائن ومقدمي الخدمات

(الريعيوي والدراجي، 2017: 54)، ولقد حظي هذا المفهوم بأهمية كبرى في معظم الدراسات المرتبطة بالسمعة التنظيمية، نظراً لارتباطه بمفهوم الخدمة والتي تمتاز بكونها غير ملموسة ومتلازمة مع من يقدمها، ولقد تباينت التعاريف لمفهوم جودة الخدمة، ولكنها جميعها تتفق بانه مفهوم مشترك يجمع ما بين الجودة والخدمة والتي تعني تقديم خدمات للزبائن بالشكل والطريقة الصحيحة ومنذ المرة الاولى بما يشبع رغباتهم أو يتجاوزها (عمير وصلاح الدين، 2017: 229)، وتسعى المنظمات دائماً إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية تطابق المواصفات والمعايير العالمية، بما يحقق حاجات ورغبات الزبائن الحالية والمستقبلية التي تمثل الغاية الأساسية من خطط الإنتاج ذات الصلة بتقديم الخدمة (الحسناوي والكريطي، 2021: 733)، ولا بد من الإشارة إلى أن لإدارة المنظمات الدور الأكبر في تحسين جودة المنتجات، من خلال تهيئة بيئة تنظيمية محفزة للعاملين على تقديم كل ما هو جديد ومبتكر، فضلاً عن دور إدارة الموارد البشرية في تهيئة كوادر قادرة على تقديم منتجات وابتكار أساليب جديدة تساهم في تحقيق جانب الرضا لدى الزبائن عن المنظمة ومن ثم تعزيز سمعتها 4 -2: Díaz&Martínez-Mediano, 2018)، كما وصفت بأنها قدرة المنظمات على تعزيز ثقة وولاء زبائنهم بها، أو هي حالة الرضا التي يشعر بها الزبائن عما تقدمه المنظمة من خدمات، والذي يتحقق من خلال تلبية حاجاتهم وتوقعاتهم أو تجاوزها بالاعتماد على مجموعة من الاستراتيجيات والاليات المعتمدة، التي يكون هدفها الرئيس هو ارضاء الزبائن من خلال منح الخدمة قيمة أكبر من المتوقع (الظالمي، 2016: 16)، وايضاً تزداد حالة الرضا من قبل المستفيدين عن الخدمة، خاصة إذا شعروا بالقيمة أي المنفعة وعززت بالدعم بعد التقديم ، مما سينعكس ويولد نوايا سلوكية إيجابية لديهم تتمثل بتكرار التجربة للخدمة، فضلاً عن كلمة الفم الطيب للاخرين عن المنظمة (Chang&Huang, 2022: 5).

ثانياً: **الابداع**: يعد الإبداع عاملاً حاسماً لجميع المنظمات بغية تحسين مكانتها وموقفها الاقتصادي والتنافسي ، فضلاً عن دوره البارز في تعزيز قدراتها على البقاء والاستدامة، في ظل بيئة الأعمال الحالية، والتي تميزت بالتغيرات في هيكل المنافسة، وتنوع احتياجات الزبائن ، وقصر دورة حياة المنتج والتسارع التكنولوجي، جميع هذه العوامل قد غيرت من أسس المنافسة وقواعدها ، وكنتيجه للعوامل السابقة، اصبح

الأبداع التنظيمي من أهم المتطلبات الرئيسية في الإدارات الحديثة للمنظمات التي تسعى لتحقيق النجاح والبقاء (محميد، 2019: 95)، وتماشياً مع ما سبق ذكره فهو يشير إلى قدرة المنظمة على استخلاص المعارف والأفكار من عقول مواردها البشرية، وتسخيرها لتقديم منتجات ابداعية سلماً كانت أو خدمات، كما ويمكن عدّها احدى ادوات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة التي لا يمكن نسخها أو تقليدها من المنظمات الاخرى، لأنها تتم في عقول مواردها البشرية الكفؤة (الزغول، 2018: 9)، ووفقاً للنظرية القائمة على الموارد، فإن مفتاح تحقيق الميزة التنافسية يكمن في استخدام الموارد البشرية المبدعة بشكل فعال، والاستفادة من عقولهم وافكارهم الابداعية لرفع قيمة المنظمة وتمييز خدماتها عن المنافسين وتحسين سمعتها، بافتراض إن هذه الموارد هي اصول غير الملموسة لا يمكن نسخها أو تقليدها (Yadiati, et al., 2019:262-263)، ومن هذا المنطلق فهو يجسد عن رغبة قادة المنظمة بإنجاز الأعمال بطريقة مميزة ومختلفة عن الاخرين، ويتحقق ذلك من خلال حث المرؤوسين على التجديد والخروج عن المألوف، ويتجسد ذلك بتهيئة بيئة تنظيمية مناسبة ومشجعة للأبداع، وتهتم بالأفراد المبدعين وتدعمهم بما ينعكس على اداء المنظمة بشكل عام، فكلما كانت المنظمة يسودها نظام اداري مرن وغير معقد وتتصف بمناخ عمل مبني على الثقة بين الافراد كلما زادت قدرتها على إن تكون أكثر ابداعاً وتجديداً (سعيد هاها، 2020: 102)، وفي هذا الصدد لا بد من التنويه بان الافراد العاملين الأكثر سعادة في مكان العمل هم الأكثر تقبلاً للأفكار والمهارات الجديدة، ويعملون أكثر من المتوقع منهم، لأن السعادة تُحفز الثقة بالنفس والإبداع، فيكونوا أكثر ميلاً للتجربة والمخاطرة المحسوبة لتحويل أفكارهم الإبداعية إلى منتجات وخدمات فريدة (Bibi,et al.,2022:2)، فضلاً عن ذلك فهنالك من رأى بان الابداع هو عملية متكاملة وهو الاساس لتطوير أي منظمة، كما اشار بانه لا يكون محصور بالمنتج أو الخدمة فقط وانما يتعدى ذلك ليصل إلى الابداع في الممارسات الادارية الخاصة بالمنظمة وهو ما يسمى بالإبداع الإداري والذي له انعكاساته على عمليات صنع القرار في المنظمة (الفتلاوي، 2017: 31)، وفي سياق متصل لهذا المفهوم هنالك من أطلق على هذا البعد مصطلح المهارات الابداعية إذ وصفها بأنها مجموعة من السلوكيات والممارسات، والتي يكون في داخلها ضمناً اساليب للمعرفة المتخصصة

واستخدامها وتوظيفها بالطريقة المثلى لإنجاز الأعمال التي قد تكون روتينية أو مبتكرة (عمير وصلاح الدين، 2016: 229)، ومنهم من ربط الابداع بالعواطف واعتبره نتاج عملية اجتماعية تفاعلية، ولكن الدور للعواطف ليس بمفهومها العام، بل يبرز في اتخاذ القرارات وحل المشكلات، على افتراض بان هذه العواطف هي المحرك للتفاعلات الاجتماعية والتي يتمخض عنها فكرة جديدة أو سلوك ابداعي بشكل مستمر (سعيد وعباس: 2016: 152)، وان الابداع هو عملية تهدف إلى تحشيد الجهود في المنظمة للمساهمة في تقديم أفكار خلاقة ومتطورة، والتي تشمل على تسخير موارد المنظمة بالشكل الأمثل، ورفع قدرات العاملين وتميئتها بما يساهم في تقديم منتجات وخدمات مبتكرة ترضي المستفيدين، فضلاً عن ذلك فان مفهوم الابداع يمتد إلى التجديد في السلوكيات و الممارسات (Ghafoor&Haar, 2021:2).

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية: لقد بات هذا المفهوم شأنه شأن باقي المفاهيم الادارية ، إذ امتاز بالتعقيد وعدم الاتفاق بين الباحثين بشأنه طيلة مدة العقود الماضية ، ولا يزال الان تشوبه بعض الصعوبات في التحديد ، ولعل السبب الذي يقف وراء ذلك هو اختلاف التفسير لهذا المفهوم من قبل الباحثين وفقاً لطبيعة وخصوصية توجهاتهم الفكرية، وزوايا تناول المفهوم، والميدان المبحوث، ومن هذا المنطلق إذ تم وصفه من قبل Drucker بانه التزام يقع على المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، أي بمعنى اخر هو كيفية إدارة المنظمة لسلوكها بشكل أخلاقي وقانوني ، وهذه الجهود لا تقتصر على كيفية انتاج أو تقديم المنتج داخل المنظمة فقط، وانما يمتد إلى تأثير انشطتها وممارساتها على زبائنها والمجتمع بشكل (Omar&Larbi, 2020:55)، ويمكن تصور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من خلال أربعة ابعاد وهي أخلاقية ، واقتصادية ، وخيرية وقانونية، فان التزام الشركة بالأسس واللوائح والتشريعات هي مسؤولية قانونية، واعتبار الزبائن أهم جزء من قيمة المنظمة وتعمل على تصميم منتجات أو خدمات تلي احتياجاتهم دون اجراء أي تظليل في الية التسويق هي تمثل مسؤولية أخلاقية، فضلاً عن تركيزها على الأنشطة الخيرية وتحقيق جانب الرفاهية للجمهور واعتباره كجزء لرد الجميل للمجتمع (Fauzan, 2022:29-30)، وتستخدم المنظمات المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجيات تنافسية

تساهم في بناء سمعة طيبة، والحفاظ على استمرارية اعمالها من خلال ادامة العلاقات بجميع الاطراف، وهذا ما يتفق مع نظرية أصحاب المصلحة، والتي تنص على أنه إذا كانت المنظمة تريد إن تحقق أهدافها بفعالية، فيفترض إن ترعى جميع أصحاب المصلحة، إذ تؤثر الأنشطة الخاصة بمنظمات القطاع الصحي بشكل مباشر على البيئة والمجتمع الذي تعمل ضمنه (Ridwan&Mayapada,2022:1-2)، فما يتعلق بالجانب البيئي فيفترض إن تكون محافظة على البيئة من خلال إعادة استخدام النفايات وتقليل الانبعاثات لحماية الهواء والماء والتربة من الاولويات الرئيسة للمنظمات التي تهتم بتحقيق التنمية المستدامة، إذ يُنظر حاليًا إلى الاستدامة والتنمية المستدامة على أنها قضايا تم المجتمع، فيفترض إن تكون متأصلة في ثقافة المنظمة، وتتماشى مع سياساتها وإجراءاتها (Dhar,etal.,2022:1)، فالمسؤولية الاجتماعية هي كيفية دمج أو تضمين المنظمات للمداخل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بالقيم والثقافة والاستراتيجيات والقرارات والعمليات بطريقة شفافة وقابلة للتدقيق ويمكن إن تتجسد هذه المسؤولية في عدة مجالات كالسلامة، والمنتجات، والمصدقية في الإعلان، وحقوق ورفاهية العاملين، فضلاً عن الاستدامة البيئية والسلوك الأخلاقي (Ghadakforoushan,etal.,2022:5).

4. الجانب العملي للدراسة:

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات, جمعت البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل بـ (المرضى الراقدين في مستشفى صلاح الدين العام) والبالغ عددهم (95) فرداً، سحبت عينة منهم بـ (76) مريضاً وفقاً (Krejcie&Morgan,1970:608) لتحديد حجم العينة، وزعت الاستبانة بطريقة العينة العشوائية على المرضى الراقدين استرجع منها (53) كان منها (40) استمارة صالحة للتحليل وتم تحليلها باستخدام برنامج (SPSSv.25) وبرنامج (AMOS V.25)، تمّ تمّ قياس الصدق الظاهري للاستبانة عن طريق عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين المختصين في مجال العلوم الادارية.

1.4: ثبات أداة الدراسة:

قام الباحث بإجراء اختبار معامل الفا كرونباخ لقياس مدى الثبات لفقرات الاستبانة والجدول (1) يبين نتائج قيم معاملات الثبات للأبعاد الفرعية وللإستبانة ككل:

إن معامل (الفا كرونباخ) يزودنا بتقدير جيد جدا في اغلب الأحيان ولاسيما إن هذه الطريقة تعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، ولاستخراج الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات الدراسة ولكل متغير ثم استخدم اختبار (الفا كرونباخ) وأن الحصول على ($\alpha \geq 0.60$) يُعد من الناحية التطبيقية بشكل عام أمراً مقبولاً وفقاً لدراسة (Sekaran & Bougie, 2010: 124) فكانت النتائج كما في الجدول (1).

الجدول (1): نتائج اختبار كرونباخ (ألفا) لمقياس الاتساق الداخلي لاستبانة المرضى الراقدين

ت	متغيرات الدراسة	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
1	السمعة التنظيمية	21	
-1 1	جودة الخدمة	7	0.705
-1 2	الابداع	7	0.739
-1 3	المسؤولية الاجتماعية	7	0.857
	على المستوى الكلي	21	0.837

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

إذ نلاحظ من نتائج الجدول (1) إن جميع قيم الثبات (معامل الفا) للمتغيرات الفرعية ظهرت قيمتها أكبر من القيمة المفترضة للدلالة على ثبات الأداة، إذ حقق الجزء الخاص بالمرضى الراقدين ككل على معامل ثبات بلغت قيمته (0.837)، وتدلل تلك النتائج على وجود اتساق داخلي عالٍ للاستبانة.

2.4: نتائج اختبار الإحصاء الوصفي للسمعة التنظيمية ككل

إن (السمعة التنظيمية) والتي تمثل المتغير المعتمد للدراسة، في الاستبانة، يشتمل على ثلاثة ابعاد فرعية، إذ قام الباحث، باستخراج الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف والأهمية النسبية، وكانت النتائج كما مبينة في الجدول (2).

الجدول (2) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد السمعة التنظيمية

ت	الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأهمية النسبية	مؤشر الأهمية النسبية
1	جودة الخدمة	2,536	0.749	29.5%	50.7%	منخفضة
2	الابداع	2.518	0.669	26.5%	50.3%	منخفضة
3	المسؤولية الاجتماعية	2.796	0.649	23.2%	55.3%	متوسطة
	السمعة التنظيمية ككل	2.617	0.599	22.8%	52.3%	متوسطة

المصدر: من اعداد الباحث.. اعتماداً على المخرجات لبرنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (2) إن مستوى السمعة التنظيمية. من وجهة نظر المرضى الراقدين في المستشفى المبحوث، جاءت عند مستوى أهمية نسبية (52.3%) وهي متوسطة ووسط حسابي عام قدره (2.617) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري ككل بلغ (0.599) ومعامل اختلاف (22.8%) وهو أقل من (50%)، والذي يشير إلى التشتت المنخفض. في إجابات الافراد المبحوثين من المرضى الراقدين، أي وجود تقارب في تصوراتهم وانطباعاتهم تجاه مستوى السمعة التنظيمية الذي تحظى به المستشفى المبحوث، أما على مستوى الابعاد الفرعية، للمتغير ككل جاءت عند مستوى أهمية بين (متوسطة-ومنخفضة)، إذ نلاحظ إن بعد (المسؤولية الاجتماعية) جاء بالمرتبة الاولى، ويليه بعد (جودة الخدمة) واخيراً جاء بعد (الابداع)، وما يؤكد تلك النتائج من حيث ترتيب الأهمية للابعاد معامل الاختلاف الذي جاءت عند نسبة مئوية أقل من (50%). والذي يشير إلى التشتت المنخفض، في إجابات افراد العينة المبحوثة، أي أن هناك تقارب وتجانس في وجهة نظرهم ومدى تصورهم عن أهمية السمعة التنظيمية التي يمكن إن يحظى بها مجتمع الدراسة، وقام بعدها الباحث باستخراج الوسط الحسابي،

والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية لجميع فقرات، أبعاد المتغير المعتمد، وكما مرتبة في (الاستبانة):

3.4: نتائج اختبار الإحصاء الوصفي لبعده جودة الخدمة

يبين الجدول (3). الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية، لفقرات البعد الاول، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة. الجدول (3) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات جودة الخدمة

مؤشر الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت
					في المستشفى المبحوث	
متوسطة	54.3%	37.4%	1.017	2.717	تكون الردهات الخاصة بالمرضى نظيفة	1
منخفضة	51.0%	36.0%	0.920	2.551	تتميز صالات الانتظار بكونها مريحة تليق بالمرضى	2
منخفضة	49.4%	39.4%	0.976	2.474	تتميز وجبات الطعام الخاصة بالمرضى بمستوى عال من الجودة	3
متوسطة	56.4%	38.6%	1.090	2.820	يمتاز الممرضون بالدقة في اعطاء الادوية	4
منخفضة	51.0%	37.7%	0.962	2.551	يتمتع الأطباء بمستوى عال من الكفاءة في تقديم الخدمات الطبية	5
منخفضة	50.5%	34.7%	0.878	2.525	يتعامل الاطباء بلطف مع المرضى	6
منخفضة	42.3%	40.2%	0.852	2.115	تتوافر جميع الادوية المطلوبة	7

داخل صيدلية المستشفى					
الوسط الحسابي ككل	2.536				

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (3). إن غالبية فقرات جودة الخدمة، جاءت عند مستوى أهمية نسبية منخفضة، إذ حصلت الفقرة رقم (4) التي تنص على " يمتاز الممرضون بالدقة في اعطاء الادوية " جاءت في المرتبة الأولى، بوسط حسابي (2.820). عند مستوى أهمية نسبية (56.4%) وهي متوسطة، أما الفقرة رقم (7). التي تنص على " تتوافر جميع الادوية المطلوبة داخل صيدلية المستشفى " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوسطها الحسابي (2.115)، عند مستوى أهمية نسبية (42.3%)، وهي منخفضة. وتشير تلك النتائج إلى إن المستشفى المبحوث لديها ممرضين يمتازون بالدقة في أداء مهامهم في التوقيتات المناسبة للمراقبة والعناية بالمرضى في ردهات المستشفى من خلال تنظيم اعطاء الادوية في الوقت المناسب، الا إن تلك المؤشرات غير كافية لتشكيل جانب الرضا لدى المرضى الراقدين وذويهم، إذ إن هناك عدم توافر لأغلب الادوية داخل صيدلية المستشفى مما يضطرهم إلى الخروج من المستشفى وشراؤها من الصيدليات الخارجية، وما يؤكد النتائج، قيم معاملات الاختلاف، التي جاءت جميعها عند نسبة مئوية، قيمها أقل (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات افراد العينة المبحوثة، وما تعكس بان هناك تجانس، وتقارب في وجهات نظرهم، نحو جودة الخدمة التي تقدمها الكوادر الطبية في المستشفى المبحوث.

4.4: نتائج اختبار الإحصاء الوصفي لبعد الابداع

يبين الجدول (4) الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية، لفقرات البعد الثاني، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات، التي تم جمعها عن طريق الاستبانة.

الجدول (4) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات الابداع

مؤشر الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية النسبية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت
					في المستشفى المبحوث	
منخفضة	44.3%	40.8%	0.906	2.217	توفر نظام محوسب لحفظ السجلات الطبية وحمايتها من	8

					التلف والضياع	
منخفضة	50%	42.1%	1.053	2.500	تستخدم التقنيات الحديثة في معظم مجالات التشخيص الطبي للأمراض	9
منخفضة	49.4%	39.4%	0.976	2.474	تستجيب بسرعة للحالات الطارئة	10
متوسطة	54.8%	34.4%	0.945	2.743	تُصرف العلاج للمرضى بموجب وصفة الكترونية ترسل نسخة منها إلى الصيدلية	11
متوسطة	59.7%	35.1%	1.050	2.987	تُجري عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما مطبق في المستشفيات العالمية	12
متوسطة	54.1%	39.5%	1.070	2.705	تستخدم نظام الكتروني لتنظيم مواعيد العلاج للمرضى	13
منخفضة	40%	47.6%	0.953	2.000	تُجري معظم الفحوصات الطبية المطلوبة داخلياً	14
2.518					الوسط الحسابي ككل	

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (4). إن فقرات الابداع جاءت مستوى أهمية نسبية مختلفة ما بين (متوسط - منخفض)، إذ حصلت الفقرة رقم (12) التي تنص على " تُجري عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما مطبق في المستشفيات العالمية " جاءت في المرتبة الاولى بوسط حسابي (2.978). عند مستوى أهمية نسبية (59.7%)، وهي متوسطة، أما الفقرة (14) التي تنص على " تُجري معظم الفحوصات الطبية المطلوبة داخلياً " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة. بوسطها الحسابي (2.000) عند مستوى أهمية نسبية

(40%) وهي منخفضة، وتشير هذه النتائج بأن المستشفى المبحوث تمتلك الكوادر التي تؤهلها على اجراء عمليات جراحية وفقا لمعايير عالمية من خلال الاستعانة بعض الأحيان بالتكنولوجيا الحديثة في تنظيم العلاجات الا إن هذا المستوى من الابداع والقدرة لدى المستشفى المبحوث لا يحظى بقبول المرضى والمراجعين لها إذ يقابلها قصور في بعض الجوانب الأخرى المتعلقة بإجراء بعض الفحوصات والاختبارات مما يضطرهم إلى الخروج من المستشفى لأجرائها لهم في العيادات والمختبرات الخاصة. وما يؤكد النتائج، هو قيم معاملات الاختلاف، والتي جاءت جميع قيمها عند نسبة مئوية أقل من (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في مستوى إجابات افراد العينة محل الدراسة، وهذا ما يعكس تجانس وتقارب وجهات نظرهم نحو الابداع لدى الكوادر الطبية في المستشفى المبحوث.

5.4: نتائج اختبار الإحصاء الوصفي لبعد المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول (5). الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية لفقرات البعد الثالث، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات، التي تم جمعها بواسطة الاستبانة.

الجدول (5) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المسؤولية الاجتماعية

مؤشر الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت
					في المستشفى المبحوث	
متوسطة	54.8%	37.3%	1.024	2.743	تساهم بأنشطة تطوعية تستهدف توعية المجتمع	15
متوسطة	57.1%	35.5%	1.015	2.859	تدعم الأسباب الجيدة في الحفاظ على البيئة كفرز النفايات الطبية في حاويات خاصة	16
متوسطة	55.3%	36.2%	1.005	2.769	يحمل الاطباء سلوكيات اخلاقية عالية في التعامل مع المرضى	17
متوسطة	53.5%	38.2%	1.025	2.679	تستجيب لشكاوى المرضى بموضوعية	18
متوسطة	54.1%	32.1%	0.869	2.705	تهتم بتقديم الرعاية اللازمة لذوي	19

					الاحتياجات الخاصة	
متوسطة	%55.6	%29.8	0.831	2.782	تمتنع عن اجراء أي عمليات جراحية تتعارض مع القوانين والتشريعات النافذة	20
متوسطة	%60.7	%33.7	1.024	3.038	تقلص نسبة حدوث الأخطاء الطبية عند اجراء العمليات الجراحية للمرضى	21
2.796					الوسط الحسابي ككل	

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).
يبيّن لنا من نتائج الجدول (5). إن جميع فقرات بعد المسؤولية الاجتماعية جاءت عند مستوى أهمية نسبية متوسطة، إذ حصلت الفقرة (21) التي تنص على " تقلص نسبة حدوث الأخطاء الطبية عند اجراء العمليات الجراحية للمرضى " جاءت في المرتبة الاولى، وبوسط حسابي (3.038)، عند مستوى أهمية نسبية (%60.7)، وهي متوسطة، أما الفقرة (18). التي تنص على " تستجيب لشكاوى المرضى بموضوعية" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوسطها الحسابي (3.679) عند مستوى أهمية نسبية (%53.5) وهي متوسطة، وتشير تلك النتائج إلى إن المستشفى المبحوث تحاول قدر المستطاع تقليل نسبة حدوث الخطأ الطبي أثناء اجرائها للعمليات الجراحية من خلال التزامها بتعليمات وضوابط وزارة الصحة بغية عدم حصول تعارض مع القوانين النافذة ، الا إن هذا الاهتمام ينحصر فقط ضمن أداء العمل الإداري وفيما يخص المرضى لا تستجيب الإدارة للشكاوى التي تقدم من قبل المرضى والمراجعين بكل موضوعية أو تعمل على حل مشاكلهم أو تعزيز سبل التفاهم والتفاعل فيما بينهم، وما يؤكد النتائج قيم معاملات الاختلاف، والتي جاءت جميعها عند نسبة مئوية قيمها أقل من (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات افراد العينة المبحوثة، والتي تعكس تجانس وتقارب، وجهات نظرهم، نحو مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية، من قبل إدارة المستشفى المبحوث.

4. خاتمة

تواجه مستشفى صلاح الدين العام كغيرها من منظمات القطاع العام كنتيجة للظروف الصعبة التي كان ولا يزال يمر بها بلدنا بسبب سوء الإدارة والسلوك وما رافقها من الأزمات الاقتصادية والمالية والأمنية، ناهيك عن انتشار افة الفساد المالي والاداري والمحسوبية، فضلاً عن هيمنة البيروقراطية التقليدية على أسلوب الإدارة والهياكل التنظيمية غير المرنة (5-4:2022, *Al Halbusi, et al.*)، والتي ساهمت مجتمعة بالتأثير في جودة الخدمات الصحية المقدمة إلى المرضى وادائها بشكل عام، مما انعكس سلباً على انطباعات افراد المجتمع تجاه سمعتها التنظيمية، وهذا ما تم ملاحظته بالفعل من خلال توجه المرضى إلى المستشفيات الأهلية تارة أو السفر خارج البلد تارة أخرى، وما يعزز الكلام أعلاه نتائج التقرير الذي تعده منظمة الشفافية العالمية بخصوص مدركات الفساد ل(180) دولة يشملها التقرير، إذ وضعت العراق في الترتيب (157) عالمياً (تقرير منظمة الشفافية الدولية، 2021: 3)، وهذا في حقيقة الأمر بات يمثل مشكلة واقعية يعيشها المجتمع وتحدياً كبيراً أمام إدارات تلك المنظمات، والتي القت بظلالها بشكل أو بآخر على سمعتها التنظيمية، والتي أضحت المنظمات الرائدة تنظر إليها كهدف ذو اهمية استراتيجية يجب ادارتها وتعزيزها والحفاظة عليها بوصفها من الاصول غير الملموسة، التي تحقق الميزة التنافسية للمنظمة وتسهم في ديمومتها وبقائها على المدى الطويل، الأمر الذي حتم على إدارة المستشفى المبحوث بضرورة معالجة هذه المشاكل والتحديات من خلال تبني قياداتها لأساليب إدارية والتي يمكن إن يكون لها دوراً وانعكاساً مباشراً في التعزيز من سمعتها من خلال تبنيها جانب المسؤولية الاجتماعية أو تبني الأساليب الإبداعية والتي تحسن من جودة الخدمات المقدمة، مما يضيف انطباعاً إيجابياً عن سمعة المنظمة لدى المرضى الراقيين فيها.

وتوصلت الدراسة الى:

1- أظهرت نتائج التحليل الوصفي للدراسة إن إدراك أو تصور أفراد العينة تجاه السمعة التنظيمية للمستشفى المبحوث جاءت بنسبة أهمية متوسطة للمتغير ككل، وكذلك للأبعاد الفرعية باستثناء بعدين هما (جودة الخدمة والابداع) إذ جاءتا بنسبة أهمية (منخفضة)، ويفسر الباحث ذلك إلى إن المستشفى

تتصف بدرجة متوسطة من السمعة التي تنعكس في تصورات وانطباعات المرضى والمراجعين عن الإجراءات والخدمات التي تقدمها المستشفى المبحوث والتي تجعلهم أقل رضا في تحقيق الأهداف الشخصية، وفيما يتعلق بالأبعاد الفرعية، تتبنى الدراسة الاستنتاجات الآتية :

2- إن نسبة أهمية بعد جودة الخدمة للمستشفى المبحوث جاءت بمستوى منخفض بحسب إجابات افراد العينة، ويفسر الباحث تلك النتيجة إلى إن المرضى الراقدين يرون إن هناك في حقيقة الأمر دقة بالتوقيعات التي تتبعها الكوادر الطبية من المرضين في الاهتمام بالمرضى عند إعطاء الادوية من خلال زيارتهم المستمرة والدورية للرداهات والغرف التابعة للمرضى على مدار الساعة، الا إن هذا الشعور لا يلبي احتياجات المرضى كون هناك عدم توافر في اغلب الأحيان لجميع الادوية المطلوبة داخل صيدلية المستشفى، مما ولد انطباع لدى المرضى بان هنالك قصور من قبل المستشفى في توفير اغلب تلك الادوية، ناهيك عن عدم رضاهم عن جودة الطعام المقدم، والتي جميعها تُعد كمؤشرات سلبية تقود إلى تدني سمعة المؤسسة الصحية .

3- إن مستوى الابداع لدى المستشفى المبحوث جاء بنسبة أهمية منخفضة، ويفسر الباحث تلك النتيجة إن المستشفى تمتلك خبرات من الأطباء لهم القدرة على اجراء عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما معمول به في المستشفيات العالمية وطبقاً لمعايير عالية الجودة، الا إن ذلك لا يعد كافياً لإعطاء انطباع للمرضى بان المستشفى تجسد الابداع في خدماتها، والسبب في ذلك إن المريض غالباً ما يفكر في الخروج من المستشفى لإجراء فحوصات معينة وذلك لعدم توفرها أو الإحساس بعدم دقتها في المستشفى .

4- ما يتعلق بجانب المسؤولية الاجتماعية الذي تتبناه المستشفى المبحوث فلقد جاء بنسبة أهمية متوسطة، ويفسر الباحث تلك النتيجة إلى إن المستشفى متمثلاً بكوادره الطبية يسعى إلى تقليل نسبة الأخطاء الطبية في العمل من خلال تطبيقها للتعليمات والضوابط التي تصدرها الجهات الحكومية، الا انه في ظل ذلك لا يرى المرضى بانها تعكس واقع تبنيتها والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع والمرضى بسبب عدم استجابتها للشكاوى والمناشدات من المرضى ذات الصلة بالتقصير أو الأخطاء عند تقديم الخدمات.

وأوصت الدراسة الآتي:

1. توجيه إدارة المستشفى للمرؤوسين بضرورة الشعور بتحمل المسؤولية تجاه وظيفتهم، واعتبارهم هم المسؤولين عن الخطأ أو الصواب فيها.
2. التأكيد على المرؤوسين من الطاقم الطبي بضرورة الإفصاح عن الأمور والمشاعر السلبية التي تؤرقهم وتعكر صفو مزاجهم في العمل وعدم اخفائها، بما ينعكس ذلك إيجاباً في قدرتهم على التضامن مع هموم المرضى وفهم متطلباتهم.
3. ضرورة اشراك الكوادر الطبية في دروات تثقيفية في علم الاجتماع والنفس لمعرفة كيفية التعامل مع المرضى من خلال قراءة تعابير وجوه المرضى.
4. ضرورة اهتمام إدارة المستشفى بتوفير كافة المستلزمات والخدمات الضرورية داخل المستشفى من اجل الارتقاء بمستوى جودة الخدمات المقدمة.
5. حرص إدارة المستشفى على مطالبة دائرة صحة المحافظة برفد المستشفى بكافة الادوية والمستلزمات الطبية الضرورية.
6. حرص إدارة المستشفى على معرفة السبب وراء خروج المرضى من المستشفى لإجراء الفحوصات وتلقي العلاج احياناً والذي يعتبر كمؤشر سلبى لسمعة المستشفى.

قائمة المراجع:

1. تقرير منظمة الشفافية الدولية (الائتلاف العالمي ضد الفساد). (2021)، مؤشر مدركات الفساد، www.transparency.org/cpi، ص3.
2. الجابري، فرح قاسم محمد. (2020). دور حوكمة الشركات في تحسين السمعة (دراسة تحليلية مقارنة في بعض شركات الاتصالات). رسالة ماجستير غير منشورة في التخطيط الاستراتيجي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
3. الحسناوي، حسين حريجة غالي والكريطي، احمد كاظم ملوح. (2021). تأثير تمكين القيادة في السمعة التنظيمية - بحث تحليلي لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات والكليات الأهلية العاملة في محافظة كربلاء المقدسة، مجلة اهل البيت، العدد: 28، 718-758.

4. الربيعاوي، سعدون حمود جثير والدراجي، شروق حاسم. (2017). تأثير التوجه التسويقي في تحسين جودة الخدمة بحث تطبيقي في بعض شركات الهاتف النقال العراقية. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد: 23، العدد: 100، الصفحات 48-63.
5. رشيد، صالح عبد الرضا والزيادي، صباح حسين، (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة، دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد: 16، العدد: 1، 6-11.
6. الزغول، سائدة زياد فواز. (2018). الإبداع التنظيمي وأثره على جودة الخدمة المقدمة في مستشفيات القطاع الحكومي لإقليم الشمال في الاردن. رسالة ماجستير في الإدارة العامة، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة ال البيت
7. الزيدي، ناظم جواد والعزى، صفا عدنان. (2021). تأثير الذكاء الشعوري في سمعة المنظمة / بحث ميداني لعينة من المصارف الأهلية في بغداد. مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد: 2، العدد: 3، الصفحات 169-187.
8. سعود، ربيع ياسين وحسين، مروان صباح وسعود، زيد ياسين. (2020). التسويق الوردي وتأثيره على السمعة التنظيمية (بحث تطبيقي في شركة فلورمار للتجميل). مجلة الدنانير، المجلد: 1، العدد: 18، الصفحات 335-364.
9. سعيد هاها، حكمت محمد. (2020). درجة تطبيق الادارات المدرسية لمبادئ القيادة الرشيقة وعلاقتها ببناء السمعة التنظيمية من وجهة نظر معلمي المدارس الخاصة في لواء الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة في الإدارة التربوية في كلية العلوم التربوية، جامعة ال البيت.
10. سعيد، هديل كاظم وعباس، زياد علي. (2016). القيادة الاستراتيجية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية، بحث تحليلي في بعض دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد: 23، العدد: 97، الصفحات 75-96.
11. الشامي، ساجدة ابراهيم. (2020). العوامل المؤثرة على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع العام الاردني. رسالة ماجستير غير منشورة في الإدارة العامة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك. حسام الدين، شلاي الطاهر و عبد القادر، بودي (2017)، " دور الترويج عبر الانترنت في تحقيق الريادة التسويقية لمنظمات الأعمال الاقتصادية: مع الإشارة لمعامل الهاتف النقال في الجزائر " اوريدو " ، جامعة طاهري محمد - بشار - الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد(3)، العدد(03).

12. الصالحي، حاتم علي حيدر. (2019). السمعة المؤسسية: دراسة وصفية لتطور المفهوم وأساليب القياس. مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 49، الصفحات 49-71.
13. الظالمى، محمد جبار هادي. (2016). الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء واعضاء مجالس المعاهد التقنية في (كربلاء، بابل، النجف، الكوفة). مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد: 18، العدد: 1، الصفحات 6-33.
14. عمير، عراك عبود وصلاح الدين، احمد ضياء الدين. (2017). انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد. مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد: 9، العدد: 19، الصفحات 213-250.
15. الفتلاوي، ميثاق هاتف. (2017). العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات. مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد: 7، العدد: 4، الصفحات 23-48.
16. محييميد، كفاح عباس. (2019). أثر استراتيجيات تطوير أداء المنظمات الحكومية في تعزيز سمعتها المنظمة دراسة استطلاعية لآراء عدد من المستفيدين من خدمات مديرية بلدية تكريت. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد: 15، العدد: 46 ج 2، الصفحات 85-102.
17. مصطفى، عزه جلال. (2021). تحسين السمعة التنظيمية للمدرسة الثانوية العامة في مصر على ضوء القيادة الريادية، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد: 45، الجزء: 4.
18. النجار، محمد سمير. (2018). أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: الدور المعدل للثقة التنظيمية، دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمّان. رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الاوسط.

19. Al Halbusi, H., Tang, T. L. P., Williams, K. A., & Ramayah, T. (2022). Do ethical leaders enhance employee ethical behaviors? *Asian Journal of Business Ethics*, 1-31.

20. Bass, K. (2018), *Organizational Reputation: For Public Organizations*, showcase of Text, Archives, Research & Scholarship, p.p. (1-13).

21. Bibi, S., Khan, A., Hayat, H., Panniello, U., Alam, M., & Farid, T. (2022). Do hotel employees really care for corporate social responsibility (CSR): A happiness approach to employee innovativeness. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 541-558.

22. Bibi, S., Khan, A., Hayat, H., Panniello, U., Alam, M., & Farid, T. (2022). Do hotel employees really care for corporate social responsibility

- (CSR): A happiness approach to employee innovativeness. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 541-558.
23. Chang, T. Y., & Huang, S. W. (2022, January). Factors Influencing the Reputation of Assistive Technology Resources Center: An Example from Yunlin County, Taiwan. In *Healthcare* (Vol. 10, No. 2, p. 243). MDPI
24. Dhar, B. K., Sarkar, S. M., & Ayithey, F. K. (2022). Impact of social responsibility disclosure between implementation of green accounting and sustainable development: A study on heavily polluting companies in Bangladesh. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 71-78.
25. Díaz, J. A. A., & Martínez-Mediano, C. (2018). The impact of ISO quality management systems on primary and secondary schools in Spain. *Quality Assurance in Education*.
26. Esenyel, V. (2020). Corporate reputation as a strategic management tool: Through the lens of employees. *International Journal of Management and Sustainability*, 9(1), 24-42.
27. Fauzan, N. (2022, April). The Effect of Corporate Social Responsibility to Corporate Reputation on Word of Mouth Toward Customer Trust. In *GMPI Conference Series* (Vol. 1, pp. 29-41).
28. Feldman, P. M., Bahamonde, R. A., & Velasquez Bellido, I. (2014). A new approach for measuring corporate reputation. *Revista de Administração de Empresas*, 54, 53-66.
29. Ghadakforoushan, M., Barzegari Khanaghah, J., & Khayat Sarkar, M. (2022). The Impact of Strategic Corporate Social Responsibility on Tax Avoidance via Job Meaningfulness and the Mediating Role of Ethical Leadership. *Iranian Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 6(1), 1-13
30. Ghafoor, A., & Haar, J. (2021). Does job stress enhance employee creativity? Exploring the role of psychological capital. *Personnel Review*.
31. Irfan, M., Hassan, M., Hassan, N., Habib, M., Khan, S., & Nasruddin, A. M. (2020). Project Management Maturity and Organizational Reputation: A Case Study of Public Sector Organizations. *IEEE Access*, 8, 73828-73842.
32. Krejcie, R. & Morgan, D. (1970), Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, p 607-610.
33. Omar, B. E. N. D. J. I. M. A., Larbi, B. M., & Zakariya, N. E. F. F. A. H. (2020). The Impact of Adopting the Social Responsibility On Marketing Performance an Applied Study on Naftal Company.

34. Parker, O., Gong, K., & Mui, R. (2022). Reputation belongs in more strategic decision models (and some data to measure it). STRATEGIC ORGANIZATION.
35. Ridwan, R., & Mayapada, A. G. (2022). Does sharia governance influence corporate social responsibility disclosure in Indonesia Islamic banks? *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(2), 299-318.
36. Sekaran, U & Bougie, R. (2010), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, (5th edition), John Wiley & Sons. p148.
37. Yadiati, W., Nissa, N., Paulus, S., Suharman, H., & Meiryani, M. (2019). The Role of Green Intellectual Capital and Organizational Reputation in Influencing Environmental Performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(3), 261–268