

Final Project 1

Code: MGM 496 – PMG496

Prepared BY: Sami Alshammari

TO

Faculty of Management

Midocean University

أثر تبني انماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة تطبيقية علي معهد الاستشارات وحلول الاعمال جامعة الامير
سظام بن عبد العزيز

**The Impact of Adopting Corporate Social Responsibility
Models on Achieving Competitive Advantage: An Applied
Study on the Institute of Business Consulting and Solutions
at Prince Sattam University.**

اسم الطالب: سامي الشمري

الرقم الجامعي: ٢٠٢١٢٠٥٩٥٧

مشروع التخرج – ١

كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني – ٢٠٢٤م

قائمة المحتويات

٣	١ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٤	١,١ المقدمة:.....
٥	١,٢ مشكلة البحث:.....
٦	١,٢,١ الفجوات النظرية:.....
٦	١,٢,٢ الفجوات العملية:.....
٦	١,٣ أهمية البحث:.....
٧	١,٣,١ الأهمية النظرية:.....
٧	١,٣,٢ الأهمية العلمية:.....
٨	2 المراجع.....
١٠	٣ الملاحق.....
١٠	٣,١ الاستبيان:.....

١ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ المقدمة:

في ظل التطورات والتغيرات السريعة التي يشهدها العالم اليوم في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، أصبحت قضية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من الموضوعات الهامة والملحة في أجندة صناع القرار والممارسين في مجال الإدارة، فالمنظمات الحديثة باتت تدرك أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كونها تساهم في تعزيز سمعتها وصورتها لدى أصحاب المصالح والجمهور العام، وتحقيق التوازن بين أهدافها الاقتصادية والتزاماتها الاجتماعية والبيئية. (النسور، ٢٠١٠)

حيث تعد الميزة التنافسية من المفاهيم الأساسية في عالم الأعمال، حيث تمثل القدرة التي تميز مؤسسة ما عن منافسيها وتمنحها تفوقاً في السوق، تنبع الميزة التنافسية من تقديم منتجات أو خدمات تتفوق من حيث الجودة، أو السعر، أو الابتكار أو تجربة العملاء، يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات، مثل تحسين الكفاءة التشغيلية، والاستثمار في التكنولوجيا، وتطوير الموارد البشرية، وبناء علامة تجارية قوية، فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم بدقة يُعد من المحاور الرئيسية لتحقيق هذه الميزة، حيث يمكن للمؤسسات تلبية هذه الاحتياجات بطرق مبتكرة وفريدة. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب الحفاظ على الميزة التنافسية القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق والاستجابة الفورية للتحديات والفرص الجديدة، التركيز على الابتكار المستمر وتحسين العمليات يمكن أن يعزز من قدرة المؤسسة على التفوق الدائم. في نهاية المطاف، تعتبر الميزة التنافسية عنصراً حيوياً لتحقيق النجاح المستدام في بيئة الأعمال الديناميكية، حيث تساعد المؤسسات على اجتذاب العملاء والاحتفاظ بهم، وزيادة حصتها السوقية، وتحقيق أرباح مستدامة. (جديد، ٢٠٢٠)

حيث في العقود الأخيرة، شهدت الأسواق تغيرات متسارعة تفرض على المنظمات التفكير في استراتيجيات جديدة للحفاظ على مكانتها التنافسية، إن إحدى هذه الاستراتيجيات تتمثل في تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية، التي باتت تعتبر ليست فقط التزاماً أخلاقياً بل وسيلة فعالة لتعزيز الصورة العامة للمؤسسات وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (العمرى، ٢٠١٥)، حيث تعددت الأبحاث التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الميزة التنافسية حيث ظهر أن المسؤولية الاجتماعية تعزز العلاقات مع الجمهور والمستهلكين، مما يؤدي إلى تحسين سمعة الشركات وزيادة قدرتها على جذب الاستثمارات والمواهب (بن غماري، ٢٠٢١)، ولكن تعارض البعض مع ذلك حيث أن المسؤولية الاجتماعية يجب أن تُدمج بشكل استراتيجي في قلب العمليات التجارية للشركة لتحقيق أقصى تأثير تنافسي. (جمال، ٢٠١٨)

حيث يظهر أن الشركات التي لها أداء عال في مجال المسؤولية الاجتماعية غالباً ما تحظى بميزات تنافسية أفضل، وظهر أيضاً أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشتت الانتباه عن الهدف الأساسي للأعمال الذي يتمثل في تحقيق الربح (خليل، ٢٠١٩)، والتوافق بين الباحثين يمكن ملاحظته في الإجماع على أن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تسهم في الاستدامة التجارية وتحسين الصورة العامة للشركة ومع ذلك، يظل التعارض في كيفية تطبيق هذه المسؤولية ومدى تأثيرها المباشر على الأداء المالي للشركات، البعض يرى أن هناك فائدة مباشرة وقيمة مضافة، بينما يرى آخرون أن الفوائد طويلة المدى ولا تظهر بشكل فوري في الأرباح. (صالح، ٢٠١٨)

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم التي تكتسب زخماً متزايداً في عالم الأعمال الحديث، حيث تسهم في تعزيز صورة المؤسسة وبناء علاقات إيجابية مع المجتمع، يتناول هذا الموضوع أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال دراسة تطبيقية على معهد الاستشارات وحلول الأعمال في جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز، يتضمن تبني المسؤولية الاجتماعية تنفيذ سياسات وممارسات تهدف إلى تحسين الأثر الاجتماعي والبيئي للمؤسسة، بالإضافة إلى تعزيز رفاهية الموظفين والمجتمع المحيط حيث من خلال هذه الدراسة يتم استكشاف كيف يمكن للمؤسسات التعليمية مثل معهد الاستشارات وحلول الأعمال أن تستخدم المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية لتحقيق التفوق على المنافسين. يتم تحليل الفوائد التي يمكن أن تحققها المؤسسة عبر تبني ممارسات مسؤولة، مثل زيادة الولاء بين الطلاب والموظفين، وتحسين السمعة المؤسسية، واجتذاب شركاء استراتيجيين ومستثمرين محتملين، كما يتم النظر في كيفية تأثير هذه الممارسات على تعزيز الابتكار والكفاءة التشغيلية، مما يسهم في تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجات السوق بفعالية، في النهاية، تسلط الدراسة الضوء على الدور الحاسم للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة النجاح المؤسسي في بيئة الأعمال المعاصرة. (خليل، ٢٠١٩)

١,٢ مشكلة البحث:

في ظل الاقتصاد العالمي المتغير والمنافسة المتزايدة، تواجه المؤسسات ضرورة إعادة تقييم دورها في المجتمع لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تُعتبر استراتيجية حيوية في هذا السياق، لكن تطبيقها يواجه تحديات نظرية وعملية عديدة. هذه التحديات تعوق الفهم الكامل والتنفيذ الفعال لمبادئ CSR في السياقات المختلفة، مثل معهد الاستشارات وحلول الأعمال في جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز، تبرز الحاجة إلى دراسة معمقة تبحث في كيفية تأثير هذه المبادئ على الميزة التنافسية وتحديد الفجوات النظرية والعملية التي تعيق تحقيق الأهداف المرجوة من تبنيها.

١,٢,١ الفجوات النظرية:

الفجوات النظرية في مجال المسؤولية الاجتماعية تعكس الاختلافات والتناقضات في الأدبيات الأكاديمية حول تأثيرات CSR على الأداء التنافسي للمؤسسات. أولاً، تظهر تباينات في تعريف المسؤولية الاجتماعية نفسها، حيث تختلف النظريات في تحديد ما يشكل المسؤولية الاجتماعية وأبعادها الأساسية.

هناك نقص في الدراسات التي تربط بين تبني CSR والميزة التنافسية في سياقات جغرافية وقطاعية محددة، مما يترك فجوة في الفهم العميق لكيفية تفاعل هذه العلاقة تحت ظروف معينة، وإن الجدل الدائر حول قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي وغير المالي للشركات يشير إلى عدم وجود إجماع على مؤشرات الأداء الأكثر فاعلية، مما يضعف من قدرة الباحثين وصانعي القرار على تقييم نتائج تبني CSR بشكل دقيق.

١,٢,٢ الفجوات العملية:

على الجانب العملي، تتمثل الفجوات في التحديات التي تواجه المؤسسات عند محاولة دمج المسؤولية الاجتماعية في عملياتها اليومية واستراتيجياتها الأساسية، يواجه العديد من القادة صعوبة في تطوير إطار عمل قابل للتطبيق يتكامل مع أهداف الأعمال ويحقق التوازن بين الربح والمسؤولية

وأيضاً غالباً تفتقر المؤسسات إلى الخبرة اللازمة لتقييم تأثير المبادرات الاجتماعية بشكل فعال، مما يؤدي إلى تنفيذ برامج لا تحقق الأثر المطلوب أو تفشل في التواصل بشكل فعال مع المعنيين، وأخيراً التحدي في الحصول على الدعم الداخلي والخارجي لمبادرات CSR يظل عائقاً، حيث يتطلب تحقيق تأثير ملموس التزاماً طويلاً الأمد وموارد مخصصة، وهو ما قد يكون صعب التحقيق في بيئات العمل المتقلبة.

سؤال البحث الرئيسي:

تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية؟

١,٣ أهمية البحث:

تُعَدُّ دراسة أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية ذات أهمية بالغة في ظل التوجهات العالمية المتزايدة نحو تبني مبادئ الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في مختلف القطاعات، لا سيما قطاع التعليم العالي. وتكمن أهمية هذه الدراسة، التي تُسلط الضوء على معهد الاستشارات وحلول الأعمال بجامعة

الأمير سطاتم بن عبد العزيز كحالة تطبيقية، في قدرتها على توفير فهم أعمق لأثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية المختلفة على تعزيز تنافسية المؤسسات التعليمية وتميزها في تقديم خدماتها.

١,٣,١ الأهمية النظرية:

إثراء الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية حيث تُساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في قطاع التعليم العالي، وذلك من خلال دراسة العلاقة بينهما في سياق فريد يتمثل في معهد الاستشارات وحلول الأعمال بجامعة الأمير سطاتم.

تُساعد نتائج هذه الدراسة على تطوير النماذج التفسيرية التي تُبين الكيفية التي يُمكن من خلالها لتبني أنماط المسؤولية الاجتماعية أن يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية، كما تُساهم هذه الدراسة في تقديم إطار نظري يُمكن للمؤسسات التعليمية اعتماده لتبني أنماط المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال يُساهم في تحقيق الميزة التنافسية.

١,٣,٢ الأهمية العلمية:

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم مجموعة من التوصيات العملية القائمة على النتائج التي ستتوصل إليها، وذلك بهدف مساعدة معهد الاستشارات وحلول الأعمال بجامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز ، وغيره من المؤسسات التعليمية، على تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال يُساهم في تحقيق الميزة التنافسية.

تُساهم نتائج هذه الدراسة في تحديد الكيفية التي يُمكن من خلالها لتبني أنماط المسؤولية الاجتماعية أن يُعزز من تنافسية المؤسسات التعليمية وجاذبيتها للطلاب وأعضاء هيئة التدريس.

تُوفّر هذه الدراسة معلومات وحقائق مُهمة للجهات المعنية بصنع القرار في المؤسسات التعليمية، مما يُساعد على اتخاذ قرارات أكثر فاعلية تُساهم في تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة.

تُساهم هذه الدراسة بشكل غير مباشر في تحسين صورة المؤسسات التعليمية من خلال تسليط الضوء على جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية، مما يُعزز من سمعتها ويجذب لها الدعم والموارد.

٢ المراجع

١. أحمد، حنان (٢٠٢٠). المسؤولية الثقافية واستخدام التكنولوجيا في الحملات الإعلانية المصورة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية , عدد خاص.
٢. بن غماري، عبد الرحمان (٢٠٢١). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير. جامعة بلحاج بوشعيب.
٣. جديد، رشا نزار (٢٠٢٠). دور الابتكار التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية: نموذج المصرف التجاري السوري. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات، مج ٤٢، ع ٣.
٤. جمال، حسن. (٢٠١٨). اثر استراتيجيات الابداع في تحقيق الميزات التنافسية. رسالة ماجستير غير منشورة.
٥. خليل، ياسر (٢٠١٩). استراتيجية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بمصر. مجلة الإدارة التربوية، ع ٢٣.
٦. خليل، ياسر محمد. (٢٠١٩). استراتيجية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي. مجلة الإدارة التربوية. ع ٢٣.
٧. دريدي، منيرة (٢٠١٩). دور البحث والتطوير في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسات. مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، مج ٤، ع ١.
٨. سلامة، ايمن عبد العزيز. (٢٠١٥). المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالانحرافات لدى طلاب الجامعة. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، مج ٢، ع ٤.
٩. صالح، ماجد محمد (٢٠١٨). أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات. رسالة ماجستير غير منشورة.
١٠. صالح، ماجد محمد (٢٠١٨). عناصر التحسيف المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية. مج ٢. ع ٣٨.
١١. عبد الحميد، اسماء عبد الفتاح (٢٠٢١). تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة الأزهر في ضوء مفهوم اليقظة الاستراتيجية. مجلة كلية التربية مج ٢. ع ٨٣.

١٢. عثمان، سيد أحمد (١٩٧٣) المسؤولية الاجتماعية، القاهرة، الأنجلو المصرية
١٣. العلاق، بشير (٢٠٢٠). أسس الإدارة الحديثة. نظريات ومفاهيم. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
١٤. العمري، جميلة (٢٠١٥). دور الأطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية. مجلة أداء المؤسسات، ٨ع.
١٥. العواد، فوزية. (٢٠١٨). دور المسؤولية الاجتماعية للأسرة في الحماية الفكرية للأبناء. المجلة العلمية، مج ٢٤، ٢ع.
١٦. عوض، دعاء عوض، محمد، نرمين عوني (٢٠١٣) : الكفاءة الذاتية المدركة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية في ضوء بعض المتغيرات لدى طلاب كلية التربية جامعة الإسكندرية، مجلة دراسات عربية في علم النفس، مج ١٢ ، ع ٢
١٧. محبوب، فاطمة (٢٠١٧). تأثير التحالفات الاستراتيجية على الأداء التنافسي للمؤسسة الصناعية: دراسة حالة مجمع صيدال. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر بسكرة.
١٨. المومني، فواز. (٢٠١٧). المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها ببعض المتغيرات البيئية. مجلة اتحاد الجامعات، مج ١٥، ٢ع.
١٩. النصور، رابعة سالم (٢٠١٠). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط.
٢٠. وديع، محمد عدنان (٢٠٢١). محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، المعهد العربي للتخطيط.
٢١. الوشاح، رحمة (٢٠١٨). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية والأداء المؤسسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية. مج ٨، ع ٣.

٣ الملاحق

٣,١ الاستبيان:

يسرنا أن نتقدم إليكم بهذا الاستبيان الذي يُجرى في إطار بحث علمي هام بعنوان: "أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على معهد الاستشارات وحلول الأعمال بجامعة الأمير سطا بن عبد العزيز"

نؤكد لكم أن مشاركتكم في هذا الاستبيان طوعية و سرية تمامًا، ولن يتم استخدام البيانات المُقدمة من قبلكم إلا لأغراض البحث العلمي.

مع خالص التقدير،

الباحث

الخصائص الديمغرافية

(1) العمر

- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| ☐ | من 30 – 40 سنة | ☐ | أقل من 30 سنة |
| ☐ | 51 سنة فأكثر | ☐ | من 41 – 50 سنة |

(2) الجنس

- | | | | |
|--------------------------|------|--------------------------|-----|
| ☐ | أنثى | ☐ | ذكر |
|--------------------------|------|--------------------------|-----|

(3) المستوى التعليمي

- | | | | |
|--------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| ☐ | دبلوم عال | ☐ | بكالوريوس |
| ☐ | دكتوراه | ☐ | ماجستير |

(4) عدد سنوات الخدمة في الوظيفة الحالية

- | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| ☐ | من 6 - 10 سنوات | ☐ | أقل من 5 سنوات |
| ☐ | أكثر من 16 سنة | ☐ | من 11 - 15 سنة |

(5) عدد سنوات الخدمة في قطاع المصارف

- | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| ☐ | من 6 - 10 سنوات | ☐ | أقل من 5 سنوات |
| ☐ | أكثر من 16 سنة | ☐ | من 11 - 15 سنة |

(6) الموقع الوظيفي الحالي

- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|------------|
| ☐ | نائب مدير عام | ☐ | مدير عام |
| ☐ | رئيس قسم | ☐ | مدير إدارة |

أنماط المسؤولية الاجتماعية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
النمط الاقتصادي					
1	يؤدي تبني مسؤولية اجتماعية من البنك لفئات المتعاملين إلى الانحراف عن مبدأ تعظيم الربح	☐	☐	☐	☐
2	يفتقر البنك إلى المهارات الكافية التي تمكنه من النهوض بالدور الاجتماعي تجاه مختلف فئات المتعاملين	☐	☐	☐	☐
3	يتوخى البنك أن يكون هناك أرباح مجزية من برامج الخدمة المقدمة لمختلف فئات المتعاملين	☐	☐	☐	☐
4	أغلب برامج الخدمات المجتمعية المقدمة هي تعزيز للمسؤولية الاجتماعية لمختلف فئات المتعاملين وليس لتحقيق مردودات اقتصادية	☐	☐	☐	☐
5	يعتبر العمل الاجتماعي للبنك مبادرات تجاه مختلف فئات المتعاملين بتمويل من المساهمين	☐	☐	☐	☐
النمط الاجتماعي					
6	تطمح الفئات المتعاملة مع البنك لمساهمة أكبر في خدمته وتحقيق أهدافه	☐	☐	☐	☐
7	يقيم البنك جلسات حوار مع فئات المجتمع المحلي ليعكس مدى اهتمامه بمضامين المسؤولية الاجتماعية	☐	☐	☐	☐
8	يساهم البنك في تخصيص بعض أرباحه لفئات ذات احتياجات خاصة من المتعاملين	☐	☐	☐	☐
9	يتبنى البنك ضمن مسؤوليته الاجتماعية برنامجاً دورياً للقاء العاملين لمعرفة احتياجاتهم	☐	☐	☐	☐
10	تقدم إدارة البنك مساعدات خيرية لأسر العاملين المتعاقبين	☐	☐	☐	☐

أنماط المسؤولية الاجتماعية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
النمط البيئي					
11	يقوم البنك بإجراء استطلاعات للبيئة المحيطة به لمعرفة حاجات المجتمع من البرامج التدريبية	☐	☐	☐	☐
12	إن الزيادة في سرعة تغير البيئة وتعقيدها يزيد من مسؤولية البنك لتلبية احتياجات المتعاملين	☐	☐	☐	☐
13	يهتم البنك بالحد من التلوث البيئي بمكوناته (المياه ؛ الهواء ؛ التربة)	☐	☐	☐	☐
14	من الأهداف التي يسعى إليها البنك التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عمله	☐	☐	☐	☐
15	لدى البنك وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها	☐	☐	☐	☐

الميزة التنافسية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
المرونة						
16	تؤمن إدارة البنك الداعمين المادي والمعنوي لمواجهة حاجات وتطلعات المتعاملين الحاليين والمستقبليين	☐	☐	☐	☐	☐
17	تعطي إدارة البنك العاملين الحرية الكاملة في إنجاز العمل الموكل إليهم	☐	☐	☐	☐	☐
18	تعمل إدارة البنك على تطوير أداء العاملين وتحسين مهاراتهم حسب متطلبات السوق المتجددة	☐	☐	☐	☐	☐
19	تسعى إدارة البنك إلى معرفة خصائص السوق لإعداد الاستراتيجيات والتكتيكات المناسبة لأي وضع محتمل حالي ومستقبلي	☐	☐	☐	☐	☐
20	تتميز العلاقات بين الإدارة وفئات متعاملها بالكفاءة والفاعلية وذلك بغرض إنجاز طلباتهم	☐	☐	☐	☐	☐
الإبداع						
21	تبني البنك مسؤوليته الاجتماعية تجاه العاملين لديه يحقق له ميزة في تقديم الخدمات بأسلوب جديد أو التطوير في عملية تقديم الخدمات	☐	☐	☐	☐	☐
22	يحقق نظام المعلومات المعمول به في البنك مساهمة جوهرية في تحقيق الميزة التنافسية الخاصة بالإبداع من خلال توسيع افاق التطور والتجديد في الخدمات البنكية	☐	☐	☐	☐	☐
23	إستخدام البنك تطبيقات الحاسوب والبرامج الجاهزة المعاصرة تساعده على ابتكار طرق واساليب جديدة تختلف عن المصارف المنافسة	☐	☐	☐	☐	☐
24	تبني البنك مسؤوليته الاجتماعية تجاه مختلف فئات المتعاملين يعطيه ميزة تتعلق بإبداع طرق جديدة في توزيع خدماته	☐	☐	☐	☐	☐
25	امتلاك البنك لكفاءات عالية يعطيه قدرة أكبر على الاستجابة السريعة للفرص والتهديدات البيئية	☐	☐	☐	☐	☐

التنافسية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
السمعة						
26	سمعة البنك مميزة مقارنة بالمصارف التجارية الأخرى المنافسة	☐	☐	☐	☐	☐
27	تعبر سمعة البنك عن الفوائد المتأتية من الخدمة المقدمة	☐	☐	☐	☐	☐
28	تعبر سمعة البنك عن سمات وصفات تتطابق من سمات وصفات الخدمة التي أبحث عنها	☐	☐	☐	☐	☐
29	سمعة البنك رسخت اسم البنك وخدماته المقدمة	☐	☐	☐	☐	☐
30	تدل سمعة البنك على محتوى الخدمة التي يقدمها البنك	☐	☐	☐	☐	☐