



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريش -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، الطور الثاني
ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير
شعبة: علوم التسيير
تخصص: ادارة أعمال

الموضوع:

مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية
- دراسة حالة مؤسسة Géant -

إعداد الطلبة:

شيماء بن جدو

حكيمه شهب

لجنة المناقشة

رئيسا	د. زميت فؤاد
مشرفا ومقررا	د. زعيترفاتح
ممتحنا	د. بلعربي غنية

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ وَقُلْ اِعْمَلُوا فَيَسِيرَ لى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ }

الآية: (105) سورة التوبة

الإهداء

الحمد لله الذي أعانني بالعلم وزينني بالحلم وأكرمني بالتقوى وجملي بالعافية أحمدك ربي حمدا يليق بجلال وجهك

وعظيم سلطانك

بعد هذا لايسعني إلا أن أهدي ثمرة جهدي إلى:

أغلى من في الوجود إلى من كانوا شمعة تنير دربي وأملا يزهر حياتي إلى أبي وأمي حفظهما الله وأطال في عمرهما

وأمدهما بالصحة والعافية

إلى سندي أخي "أسامة" وزوجته الكريمة حفظهما الله

إلى زهرات حياتي أخواتي العزيزات "رانية" و"ملاك" أدامهما الله لي

إلى كل من ساعدني في مشواري الدراسي

إلى كل طلبة ماستر إدارة أعمال دفعة 2022/2021

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكري

شيماء

الإهداء

الحمد لله الذي فتح لي أبواب النجاح، ونور لي طريقي

وعوضني عما فاتني

شكرا للعشرات التي واجهتها في طريقي لأنها علمتني أنّ من

لم يتألم لا يتعلم وأن السقوط بداية

النجاح

إليك أبي وإليك أمي يا من سهرتم علي تحفيزي للدراسة، يا من

علمتموني معنى الصبر ومعنى الجِد، ومعنى أنّك

لا تستسلم مهما واجهتك الصعوبات

إلى إخواني وسندي ياسين وأسامة إلى أخواتي الأعزاء

إلى عمي الغالي أحمد وحالي فاتح

إلى أحبتي في الله من دعوا لي بالخير ومدّوا لي يد المساعدة

وأتقدم بشكري إلى أستاذي المشرف على توجيهاته وإرشاداته

طيلة فترة إنجاز هذا العمل

حكيمة

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

{ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ }

صدق الله العظيم

الحمد لله جل جلاله وعظيم سلطانه حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه حتى يبلغ الحمد منتهاه على أن سهل لنا طريقا نبتغي فيه علما ويسر لنا إتمام هذا العمل المتواضع راجيين من المولى أن يتقبله خالصا لوجهه

الكريم وأن يجعله علما ينتفع به

ومن ثم نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من:

الأستاذ الفاضل، الدكتور **فاتح زعيتر** الذي شرفنا بالإشراف على إنجاز هذا البحث وعلى توجيهاته

القيمة

الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذا البحث

وكل منساعدنا على إنجازه

فاللهم جازهم عنا خير جزاء يرضيهم

ملخص البحث

هدفت هذا البحث إلى دراسة مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية في مؤسسة اقتصادية ، وقد تم تقسيم البحث إلى جزئين جزء نظري تم التطرق فيه إلى أبرز المفاهيم المتعلقة بالإدارة البيئية ونظام الإدارة البيئية وأيضا إلى مجموعة من المفاهيم و الأساسيات المتعلقة بالصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية، أما الجزء الثاني فقد تمثل في الجانب التطبيقي لمؤسسة اقتصادية بولاية برج بوعريريج.

لوصول إلى هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما تم توظيف الاستبانة كأداة بحثية رئيسية حيث وزعت على مجموعة من العاملين والإداريين في ميدان الدراسة، كما تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات الإحصائية في معالجة بيانات مفردات عينة البحث واختبار الفرضيات ، ولقد تم التوصل إلى أن هناك علاقة موجبة بين نظام الادارة البيئية والصورة الذهنية، كما أن تبني نظام الإدارة البيئية يؤثر على الصورة الذهنية .

الكلمات المفتاحية: الإدارة البيئية، نظام الإدارة البيئية، القطاع البيئي، الصورة الذهنية

Abstract

This research returned to studying the contribution of adopting the interface management system hn improving the mental image if the economic diamond by conducting a careful study in an economic institution,as for the second part, it has an example in the parctical aspect .

Access to this file was based on the descriptive analytcalapproach , and the questionnaire was employed as a major holistic tool, as i twas distributed to a group of workers. The administrative field in the study, as wall as the use of limited tools in dealing with the vocabulary hours of the research sample and for testing the hypotheses.

Keywords.:Environmental management, Environmental managementsystem, Environmentalsector, Mental image

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسملة آية قرآنية الإهداء شكر وعرهان الملخص باللغة العربية الملخص باللغة الانجليزية فهرس المحتويات قائمة الجداول قائمة الأشكال قائمة الملاحق قائمة الاختصارات
أ-ر	مقدمة
أ	أولا: إشكالية الدراسة
ب	ثانيا: فرضيات الدراسة
ب	ثالثا: أهمية الدراسة
ب	رابعا: أهداف الدراسة
ت	خامسا: أسباب اختيار الموضوع
ت	سادسا: حدود الدراسة
ث	سابعا: الدراسات السابقة
د	ثامنا: نموذج الدراسة
ذ	تاسعا: منهجية الدراسة
ذ	عاشرا: أدوات الدراسة
ذ	حادي عشر: تقسيمات الدراسة
ر	إثني عشر: صعوبات الدراسة
الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية	

12	تمهيد الفصل
13	المبحث الأول: ماهية البيئة
13	المطلب الأول: مفهوم البيئة
15	المطلب الثاني: مكونات البيئة
16	المطلب الثالث: النظام البيئي
18	المطلب الرابع: علاقة الاقتصاد بالبيئة
19	المبحث الثاني: ماهية الإدارة البيئية
19	المطلب الأول: التطور التاريخي للإدارة البيئية
20	المطلب الثاني: مفهوم الإدارة البيئية
22	المطلب الثالث: أهمية و أهداف الإدارة البيئية
24	المطلب الرابع: مبادئ الإدارة البيئية و دوافع تبنيها من طرف المشاريع الاقتصادية
27	المبحث الثالث: نظام الإدارة البيئية
27	المطلب الأول: ماهية نظام الإدارة البيئية
29	المطلب الثاني: متطلبات تبني نظام الإدارة البيئية ISO 14001
38	المطلب الثالث: مراحل تبني نظام الإدارة البيئية ISO 14001
48	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل الى الصورة الذهنية	
50	تمهيد الفصل
51	المبحث الأول: أساسيات حول الصورة الذهنية
51	المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية
55	المطلب الثاني: أهمية وأهداف الصورة الذهنية
56	المطلب الثالث: أنواع الصورة الذهنية وأسباب الاهتمام بها
58	المطلب الرابع: أبعاد ومكونات الصورة الذهنية
60	المبحث الثاني: كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور
60	المطلب الأول: مراحل ومصادر تكوين الصورة الذهنية
62	المطلب الثاني: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور
65	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية
66	المبحث الثالث: إدارة وتصميم الصورة الذهنية

67	المطلب الأول: قياس الصورة الذهنية للمؤسسة
70	المطلب الثاني: تقييم الصورة الذهنية للمؤسسة
71	المطلب الثالث: تغيير الصورة الذهنية للمؤسسة
72	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس Géant	
74	تمهيد الفصل
75	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
75	المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة
77	المطلب الثاني: عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات
81	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.
82	المطلب الرابع: الأدوات الإحصائية المستخدمة
83	المبحث الثاني: تحليل وعرض نتائج الدراسة الميدانية
83	المطلب الأول: تحليل بيانات الاستبيان
95	المطلب الثاني: اختبار طبيعة التوزيع
96	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
100	خلاصة الفصل
خاتمة	
102	أولاً: نتائج الدراسة
102	ثانياً: تفسير النتائج حسب الفرضيات
104	ثالثاً: الاقتراحات
105	رابعاً: آفاق الدراسة
107	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
80	توزيع عبارات الاستبانة	01
80	توزيع ليكارت الخماسي	02
81	معامل "ألفا كورنباخ" لفقرات ومحاور الدراسة.	03
83	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	04
84	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.	05
85	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.	06
86	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة.	07
87	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة.	08
88	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للسياسة البيئية.	09
89	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتخطيط البيئي	10
90	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتنفيذ والتشغيل.	11
91	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجراءات الفحص والتصحيح	12
92	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمراجعة الإدارية.	13
93	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثاني (الصورة الذهنية).	14
95	اختبار الطبيعة	15
96	اختبار (T) ستودنت للمحور الأول (نظام الإدارة البيئية).	16
97	اختبار (T) ستوننت للمحور الثاني (الصورة الذهنية)	17
98	معامل الارتباط بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) وبين المتغير التابع (الصورة الذهنية).	18
99	معامل الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) وبين المتغير التابع (الصورة الذهنية).	19

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
د	نموذج الدراسة	01
32	المظاهر البيئية	02
42	دورة حياة المنتج البيئي	03
62	جماهير المؤسسة التي ترغب في تكوين الصورة لديها	04
64	العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الموظفين	05
65	العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الزبائن	06
76	الهيكل التنظيمي لمؤسسة لطفي الكترونكس	07
84	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	08
85	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	09
86	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	10
87	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة	11
88	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	12

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
113	الاستبيان	01
117	الهيكل التنظيمي لمؤسسة لطفي الكترونيكس	02
124	مخرجات برنامج Spss	03
131	قائمة لجنة محكمين الاستبيان	04

قائمة الاختصارات

باللغة العربية	باللغة الأجنبية	الاختصار	الرقم
المنظمة العالمية للتقييس	International Organization For Standardization	ISO	01

مقدمة

أصبحت جهود حماية البيئة الهادفة إلى الحفاظ على توازن البيئة وترشيد استخدام مواردها الطبيعية وكذا منع حدوث التلوث أو الحد منه ضرورة يجب إدراجها كبعد أساسي في عملية التنمية للوصول إلى تنمية مستدامة تلي احتياجات الجيل الحالي دون الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها ذلك قصد تعظيم المكاسب الحالية والمستقبلية بالتركيز على الجوانب الكمية والتنوعية للنمو حيث أن مراعاة الاعتبارات البيئية يدخل ضمن متطلبات التنمية، حيث يعتبر القطاع البيئي من القطاعات الأكثر أهمية في أي بلد نظرا لأهميته وعلاقته بالحفاظ على الجانب البيئي للمجتمعات، ويقدم هذا القطاع العديد من الخدمات لجميع المؤسسات الاقتصادية باختلاف أنواعها.

خلال العشر سنوات الماضية ارتقى الوعي البيئي في الدول المتقدمة حيث صدرت في تلك الفترة العديد من الدراسات و الأبحاث المتخصصة في كيفية التحكم في التلوث الصادر عن المشاريع الصناعية والاقتصادية، وتم سن العديد من التشريعات واللوائح لحماية البيئة، مما أدى بالبحث على أداة يتم من خلالها تسيير شؤون البيئة في المشاريع تمثلت في الإدارة البيئية التي تعتبر امتداد حديث لمفهوم الإدارة بمعناه العام وخاصة عند تطبيقه على مستوى وظائف الإدارة و ذلك من خلال آليات مختلفة لتحقيق أهداف معينة بالإضافة إلى تنامي الوعي البيئي، كما زاد مؤخرا الاهتمام بوجود أنظمة بيئية تهتم بتوجيه المشاريع نحو مراعاة البيئة في كل أعمالها كما ظهر أيضا ما يسمى بنظام الإدارة البيئية 14001.

تعتبر الصورة الذهنية من أهم أهداف المؤسسات الاقتصادية والتي تساهم في تكوين الآراء و اتخاذ القرارات و تشكيل سلوك الأفراد و التأثير في تصرفاتهم اتجاه المؤسسات المختلفة، فهي تعكس الواقع و تحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي يتصف بعدم مواجهته للواقع مباشرة و إنما يعتمد الوصف بدلا من ذلك، لذا أدركت المؤسسات الاقتصادية ضرورة دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير و اتخاذ السياسات و رسم الخطط الكفيلة لتكوين صورة على النحو الذي تتمناه أو تصحيحها في حالة الاضطرابات التي تصيبها.

أولا: إشكالية الدراسة

و من خلال ماسبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يساهم تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية من وجهة

نظر مسؤولي المؤسسة؟

و يندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظاما لإدارة البيئية ؟
- هل تركز المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة على تحسين الصورة الذهنية ؟
- هل توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية و الصورة الذهنية؟

- هل يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

لمعالجة إشكالية الدراسة تم طرح مجموعة من الفرضيات التي ساعدت في الإجابة عن السؤال الرئيسي مشكلة الدراسة و كانت أقرب الفرضيات الفرعية كما يلي:

1. الفرضية العامة

يساهم تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية بشكل جيد.

2. الفرضيات الفرعية

- تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.
- تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية.
- توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية و الصورة الذهنية.
- يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية.

ثالثا: أهمية الدراسة

يحتوي موضوع مساهمة الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية على قدر كبير من الأهمية ذلك لأن نشاط الإدارة البيئية تسمح لها بالاستمرارية والتعرف على صورتها لدى جمهورها كما تقوم بخلق جو من الثقة بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية و الخارجية فهذه أي مؤسسة هو كسب تأييد و ولاء من تتعامل معهم كذلك فهي تساعد على الإهتمام بصورتها الذهنية لدى زبائنها لأساس التميز خاصة في أسواق شديدة المنافسة.

رابعا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في: "التعرف على دور الإدارة لبيئية و مساهمتها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية"، و للوصول إلى هذا الهدف يجب المرور على جملة من الأهداف يمكن إيجاز أهمها في ما يلي:

- تقديم إطار نظري لموضوع الإدارة البيئية و علاقتها بالصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية؛
- تسليط الضوء على نظام الإدارة البيئية ISO14001 و أهم متطلباته؛
- التنبيه على ضرورة تبني نظام الإدارة البيئية من طرف المؤسسات الاقتصادية؛
- الوقوف على تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية وإدارتها وتصميمها؛

- التوضيح بأن نظام الإدارة البيئية يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة؛
- الوصول إلى نتائج من خلال هذه الدراسة يمكن الاستفادة منها؛

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

هناك أسباب ذاتية وموضوعية دفعت بالباحثين لاختيار هذا الموضوع، يمكن ذكرها كالآتي:

أسباب ذاتية: وتمثل في:

- الاهتمام بالمواضيع الحديثة في الإدارة بحكم التخصص.
- إشباع رغبة ذاتية في التوسع أكثر في الموضوع والتطرق إلى حيثياته.
- المساهمة في فتح مجال لدراسة جوانب أخرى من الموضوع مستقبلا.

1. أسباب موضوعية: وتمثل في:

- تزايد أهمية تبني نظام الإدارة البيئية كتوجه إداري حديث.
- ارتفاع الوعي البيئي لدى المؤسسات الاقتصادية.
- المساهمة المباشرة للإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية.

سادسا: حدود الدراسة

هناك حدود زمانية و حدود مكانية يجب تحديدها، و يمكن توضيحها كالآتي:

1. الحدود المكانية: تضمن الجانب الميداني البحث في المؤسسة الاقتصادية Géant الواقعة في ولاية برج

بوعرييج.

2. الحدود الزمانية: تمت الدراسة الميدانية للبحث في شهر ماي خلال السنة الجامعية 2022/2021

حيث تم توزيع الاستبانة 25 ماي وتم استرجاعها يوم 28 ماي.

سابعاً: الدراسات السابقة

بقصد المعالجة الموضوعية و الفعالة لموضوع الدراسة و التمكّن من ضبط الإشكالية المطروحة و التوصل إلى نتائج جديدة و تقديم توصيات و اقتراحات بما يقدم قيمة مضافة في مجال التخصص قامت الباحثين بالاطلاع على بعض الدراسات على المستوى المحلي و الدولي و فيما يلي البعض منها:

1. دراسات باللغة العربية

- دراسة نجوى عبد الصمد و إلهام يحيوي بعنوان " دور الإدارة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة"، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الخامس حول اقتصاد البيئة و أثره على التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير جامعة سكيكدة، يومي 11-12 نوفمبر 2008.

تناولت الباحثتان ضمن العمل المقدم مجموعة من العناصر حول مفهوم الإدارة البيئية، نشأتها و تطورها، ومتطلبات الإدارة البيئية بحسب المواصفات ISO14000متمثلة في (السياسة البيئية، التخطيط البيئي، التنفيذ و التشغيل، إجراءات الفحص و التصحيح، مراجعة الإدارة البيئية) ثم تم التطرق إلى أثر تطبيق الإدارة البيئية على التنمية المستدامة الذي تمحور حول ثلاث عناصر أساسية تمثلت في تحقيق وفورات في التكاليف و زيادة في الإيرادات، بالإضافة إلى مجموعة من المنافع الاجتماعية و البيئية.

جوانب الاستفادة من الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في أهمية متطلبات نظام الإدارة البيئية والعناصر المفاهيمية للإدارة البيئية وقد تم الاستفادة منها في الجانب النظري.

- دراسة شتوح وليد تحت عنوان مكانة "نظام الإدارة البيئية ISO 14001 في تسيير المؤسسات الجزائرية"، مقال منشور في مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، مجلد 07، العدد 02، 2014:

تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى مدى مساهمة نظم الإدارة البيئية في تسيير المؤسسات، و كانت عينة الدراسات تشمل كل من (المؤسسات الجزائرية، المغربية، التونسية) و مدى انعكاس ذلك على التميز اقتصاديا و تجاريا كما حاول من خلال ذلك معرفة أهم الفروقات في الاهتمام بتطبيق نظم الإدارة البيئية بين الدول الثلاثة و توصل الباحث إلى نتيجة مفادها عدم اهتمام معظم المؤسسات الجزائرية بنظم الإدارة البيئية و عدم التزامها البيئي الجاد مما أدى إلى فقدان الكثير من المكاسب و التجارية.

جوانب الاستفادة من الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في مدى مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية ومدى انعكاسه على المجال الاقتصادي وقد تم الاستفادة منها في الجانب النظري.

- دراسة علي محمد الخطيب بعنوان " أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين بسوق الخدمات الأردني".

رسالة ماجستير تخصص إدارة الأعمال سنة 2011، هدفت الدراسة إلى التعرف على الخداع التسويقي بأنواعه المنتجات ، المعلومات ، الأسعار ، المحيط المادي في القطاع الخدماتي، وطبيعته في الشركات الخدماتية الأردنية الخاصة من جهة الزبائن واستطلاع آرائهم حول الممارسات التسويقية اللاأخلاقية والتي تندرج تحت اسم الخداع في المزيج التسويقي وكذلك التعرف على اثر الخداع التسويقي بأنواعه في بناء الصورة الذهنية معينة لدى الزبائن وفقا للبعد المعرفي والوجداني والسلوكي.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستبانة تتكون من مجتمع البحث وهم الزبائن الذين يتعاملون مع الشركات الخدماتية العاملة في قطاعات التعليم ، الصحة ، البنوك السياحة الفنادق المقاولات، النقل، وعينة عشوائية طبقية قدرت 1100 .

السؤال الرئيسي: هل يدرك الزبون الخداع التسويقي بأنواعه (المنتجات الخدمية، والمعلومات الترويجية، والأسعار، والمحيط المادي) في قطاع الخدمات الخاصالأردني؟

أهم النتائج

أظهرت النتائج التحليل الإحصائي أن عينة الدراسة ترى أن الشركات الخدماتية في قطاع الخدمات الخاص في الأردن تمارس الخداع التسويقي على مستوى المنتجات بمستوى عال جدا، ما يشير إلى ذلك أن الزبائن في تلك المنظمات الخدماتية لديهم قناعة بان تلك الشركات تقوم بالدور التسويقي معتمد على أساليب الغش والخداع المختلفة، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن عينة الدراسة ترى بأن الشركات الخدماتية في قطاع الخدمات الخاص في الأردن تمارس الخداع التسويقي على مستوى عال جدا، ما يشير إلى ذلك أن الزبائن في تلك المنظمات الخدماتية تتغير الصورة الذهنية لديهم حسب فئات العمر.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن عينة الدراسة ترى بأن تلك الشركات الخدماتية في قطاع الخدمات الخاص في الأردن تمارس الخداع التسويقي على الأسعار بمستوى عال جدا ما يشير إلى ذلك إن الزبائن في تلك الشركات تقوم بالدور التسويقي معتمدة على الغش والخداع، كما بينت الدراسة الآثار السلبية للغش والخداع من جهة نظرا لشريعة الإسلامية كذلك أنواع البيوع المهني منها الإسلام التي تقوم به الشركات في الوقت الحاضر من ممارسات غير أخلاقية تجاه الزبائن، كما أظهرت النتائج التحليل الإحصائي أن عينة الدراسة ترى بان الشركات الخدماتية في قطاع الخدمات الخاص في الأردن تمارس الخداع التسويقي على المحيط المادي عال، ما يشير إلى بان الزبائن في تلك المنظمات الخدماتية لديهم قناعة عالية بان الشركات تقوم بالدور التسويقي تعتمد على أساليب الغش والخداع التسويقي المختلفة.

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بان الشركات الخدمائية في قطاع الخدمات في الأردن تمارس الخداع التسويقي على مستوى المنتجات الخدمائية، المعلومات الترويجية للمحيط المادي والخداع التسعيري، ما يكون صورة ذهنية سلبية عن تلك الشركات في أذهان الزبائن. كما أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى عدم التزام الشركات بأسعار، والسبب في ذلك عدم وجود تسعيرة محددة من قبل الجهات الرسمية المختصة.

تبين أن هناك خداع تسويقي يمارس على الزبون لكن الحاجة الفعلية لتلك الخدمة يقبل بالخداع الأمر الذي أدى بالشركات إلى تحقيق مصالحها دون النظر إلى مصلحة الزبون.

تبين أن هناك خداع في قطاع النقل والاتصالات وائل خداع كان في قطاع الإنشاءات والمقاولات.

حول الباحث الكشف عن الخداع الذي يمارس في التسويق في القطاع الخدماتي حيث أن هذه الدراسة، تعتبر كسند لوضع فرضيات دراسة الباحث، واشتراكها في المنهج المستخدم، وبعض النتائج إلا أنها ركزت بشكل كبير على الجانب التسويقي، وتلاعب المستخدم فيه، وهذا حكم التخصص، وعدم توفرها على الفرضيات.

جوانب الاستفادة من الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في التعرف على الخداع التسويقي بأنواعه وقد تم الاستفادة منها في الجانب النظري.

- دراسة فاطمة همال بعنوان "إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية".

أطروحة دكتوراه تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة سنة 2021 هدفت الدراسة إلى معرفة أساليب واستراتيجيات إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الكشف عن المراحل الأساسية المتبعة في إدارة الصورة الذهنية لمؤسسة "شبكة الجزيرة الإعلامية" من خلال مضامين صفحة "هنا الجزيرة" على موقع الفيسبوك وكذلك التعرف على أشكال إدارة الصورة الذهنية لمؤسسة "شبكة الجزيرة الإعلامية" عبر صفحتها "هنا الجزيرة" على موقع الفيسبوك.

وقد تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي "باعتباره الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والاعتماد على أداة" تحليل المضمون "فهما الأنسب، التي تم تطبيقها على عينة من منشورات صفحة مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية" هنا الجزيرة "على الفيسبوك .

السؤال الرئيسي: كيف تجلت إدارة الصورة الذهنية لمؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية من خلال منشورات صفحتها "هنا الجزيرة" على موقع الفيسبوك؟

أهم النتائج

تسعى مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية إلى ترسيخ وترويج "الريادة والعالمية والتميز والتفرد" بالدرجة الأولى كصورة مرغوبة عنها لدى جماهيرها.

تعتمد الشبكة وتعتمد ذكر بعض القطاعات الرائدة والمهمة في المؤسسة وهيكلها التنظيمي بشكل مدروس ومقصود يدعم قيمها وأهدافها وهويتها المؤسسية.

اهتمام مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية ب"المؤثرين" بما يمثلونه ضمن فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، وهم الفاعلون "الأشخاص" و"كقادة أري أيضا في عينة الدراسة.

ركزت مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية من خلال صفحتها "هنا الجزيرة" على إبراز ريادتها بشكل دائم ومتكرر، وهو ما أكده الترتيب الأول للريادة في فئة القيم بنسبة % 24.27 على رأس ثلاثة عشرة قيمة تساهم في إدارة صورة شبكة الجزيرة، ومنه اعتمدت سمعة الجزيرة على ميزتها التنافسية مبنية على الريادة والعالمية والمكانة والتفرد.

تعتبر الجزيرة قيمتي الإنسانية والجددة والتجديد ركيزتين لصورتها التي تهدف من خلالها إلى العالمية والتموقع والانتشار.

تهدف مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية إلى إبراز التميز وكذا تعزيز الهوية الرقمية كأولوية في أهدافها والتي سجلت نسبيتي % 66.11 و % 24.66 على التوالي، وذلك في إدارة صورتها عبر صفحة "هنا الجزيرة"، بما يخدم هويتها المؤسسية نحو العالمية والانتشار ومواكبة التكنولوجيا كونها المظاهر التي ترتب في المراكز الأولى في فئة الهوية المؤسسية.

تعزز شبكة الجزيرة هويتها الرقمية بمواكبة التكنولوجيا، من خلال التواجد الرقمي عبر صفحاتها في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي ودعم إعلامها الرقمي عبر منصاتها الرقمية.

تكرس شبكة الجزيرة لمتوقعها في السوق الإعلامية العالمية في مقابل تثبيت شرعيتها العربية، بدعم التراث الحضاري العربي والإسلامي، وتعزيز نشر اللغة العربية والاهتمام بالقضايا السياسية والاجتماعية العربية.

حققت مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية الأبعاد الثلاث لصورتها الذهنية، حيث تحقق البعد المعرفي منها من خلال الفعاليات والمنتديات والمؤتمرات والجوائز ضمن فئتي "النشاط المناسب" و"الجوائز"، وتحقيق البعد الوجداني

من خلال تسجيل النسبة الأكبر للتعليقات الإيجابية للجمهور العام وانطباعاته ضمن فئة "اتجاه الجمهور"، في حين تحقق البعد السلوكي من خلال دعم أصحاب المصلحة ضمن فئة "الفاعلين" مؤسسات وأشخاص لمكانة وريادة وتفرد شبكة الجزيرة، وعقد اتفاقيات التعاون والرعاية.

تسعى شبكة الجزيرة إلى تأكيد ريادتها ومكانتها العالمية من خلال إظهار قوة تأثيرها في اتخاذ أو تغيير القرارات حتى من قبل الدول، وكذا الاعتراف بمكانتها من قبل الخصوم أو الفاعلين من ذوي الوزن شخصيات كانوا أو مؤسسات.

جوانب الاستفادة من الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في معرفة أساليب واستراتيجيات إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقد تم الاستفادة منها في الجانب النظري.

2. دراسات باللغة الأجنبية

- "L'impact économique et l'efficacité environnementale de la certification ISO 14001 /EMAS des entreprises industrielles , cabinet Paul de Baker ,Service économie, ADEME Juillet 1999"

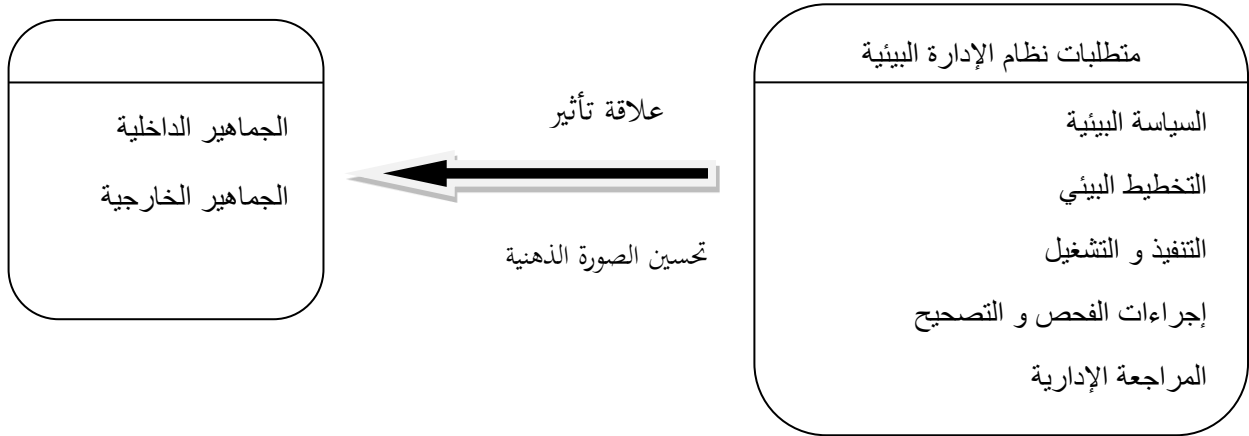
هذه الدراسة مقدمة من طرف مكتب دراسات خاص بالدراسات البيئية، حيث تضمنت جانبين أساسيين أحدهما نظري تضمن أهداف نظام الإدارة البيئية و تكاليف اعتماد و تشغيل مثل هذا النظام في المؤسسات الصناعية و الفوائد الناتجة عن تطبيقه و من انتقل إلى الكفاءة البيئية لنظام الإدارة البيئية SME و تمت الإشارة أيضا إلى الخسارة الاقتصادية و التسويقية الناتجة عن عدم الاهتمام بتبني الاتجاه البيئي في الإنتاج من طرف المؤسسات الصناعية، أما بالنسبة للجانب التطبيقي فكان عبارة عن دراسة مقارنة لكل من الدول: فرنسا، بلجيكا، النرويج، السويد، سويسرا، كدول أوروبية تسعى إلى انتهاز الإدارة البيئية من خلال أنشطتها الصناعية بغية الحصول على شهادة الإيزو 14001، لما تحقق من وفورات مالية و فوائد تسويقية على المدى الطويل.

جوانب الاستفادة من الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في الاهتمام بتبني نظام الإدارة البيئية من طرف المؤسسات، وكذا انتهاجها للإدارة البيئية، تم الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري.

ثامنا: نموذج الدراسة

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة.

من خلال الشكل رقم (01) يمكن شرح نموذج الدراسة انطلاقاً من تبني متطلبات نظام الإدارة البيئية و المتمثلة في: السياسة البيئية، التخطيط البيئي، التنفيذ و التشغيل، إجراءات الفحص و التصحيح، المراجعة الإدارية و التيمن خلالها تتمكن المؤسسة الاقتصادية من تحسين صورتها الذهنية بالنسبة لجماهيرها الداخلية (الموظفين، العاملين...) وجماهيرها الخارجية (الزبائن...).

تاسعا: منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي و التحليلي الذي يهدف إلى جمع المعلومات والحقائق وتحليلها و كذلك استعمال المنهج الوصفي الإحصائي الذي يهدف إلى جمع المعلومات و تحليلها إحصائياً بهدف دراستها.

عاشرا: ادوات الدراسة

تم الاعتماد على وسائل و أدوات مثل: الاستبيان، الملاحظة وهذا من أجل تحليل الظاهرة المدروسة، كما يتم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية.

حادي عشر: تقسيمات الدراسة

شملت الدراسة على شقين أحدهما نظري و الآخر تطبيقي، وكانت التقسيمات كالآتي:

1. مقدمة: يركز على أهم الجوانب الخاصة بالدراسة.
2. الفصل الأول: حيث تم التطرق إلى البيئة و النظام البيئي ثم تم التطرق إلى الإدارة البيئية مبادئها ودوافع تبنيتها من طرف المشاريع الاقتصادية، ثم التطرق إلى نظام الإدارة البيئية ISO 1400 بحيث تم التركيز على متطلباته ومراحل تبنيه.
3. الفصل الثاني: تناول هذا الفصل أساسيات متعلقة بالصورة الذهنية و كيفية تكوينها لدى الجماهير الداخلية و الخارجية كما تم التطرق إلى إدارة تصميمها.
4. الفصل الثالث: أما فيالفصل الذي يمثل الجانب التطبيقي من الدراسة الخاص بدراسة ميدانية لمؤسسة اقتصادية و ذلك بالتطبيق على مؤسسة Géant الواقعة في برج بوعريريج، والهدف من هذه الدراسة هو التعرف على درجة تبني المؤسسة الاقتصادية لنظام الإدارة البيئية ودراسة العلاقة بين نظام الإدارة البيئية و الصورة الذهنية ثم دراسة التأثير باستعمال الأدوات البحث التي تتلاءم مع طبيعة الموضوع المدروس.
5. خاتمة: تتناول مختلف النتائج النظرية و التطبيقية مع مناقشة الفرضيات الدراسة وتحليلها مع تقديم مجموعة من الاقتراحات وآفاق الدراسة.

ثاني عشر: صعوبات الدراسة

هناك بعض الصعوبات التي واجهت الباحثين في الدراسة و أهمها:

- نقص المراجع المتعلقة بالإدارة البيئية ونظام الإدارة البيئية؛
- نقص المراجع المتعلقة بالصورة الذهنية؛
- صعوبة تحديد المؤسسة الاقتصادية عينة الدراسة؛

الفصل الأول: مدخل للإدارة البيئية

- المبحث الأول: ماهية البيئة
 - المبحث الثاني: ماهية الإدارة البيئية
 - المبحث الثالث: نظام الإدارة البيئية
-

تمهيد الفصل:

في ظل الاهتمام المتزايد بالبيئة والحفاظ على مواردها المختلفة ظهرت مجموعة من المفاهيم الإدارية والتي أصبحت تسخر من أجل إدماج الاهتمامات البيئية ضمن استراتيجيات وأهداف المؤسسات الاقتصادية، وهذا بعد أن أصبح إدراج البعد البيئي يعكس اهتمام المؤسسة بالبيئة الطبيعية وهو ما يعود على صورتها الذهنية وقدرة منتجاتها على دخول الأسواق العالمية، حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى وضع أنظمة إدارة بيئية وفق ما تتطلبه لمواصفة الدولية ISO14001 وهو ما سنتطرق إليه في هذا الفصل من خلال العناصر التالية:

❖ ماهية البيئة

❖ ماهية الإدارة البيئية

❖ نظام الإدارة البيئية

المبحث الأول: ماهية البيئة

إن كل ما يحيط بالإنسان من غذاء وماء وهواء وكل العناصر الأخرى من الجماد والحيوان والنبات كل هذا يمثل الوسط البيئي وهو المفهوم البسيط للبيئة، فقد أصبح الحديث عن البيئة من الإشكالات المعقدة بسبب تعقيدها وتشابكها وكذا البحث في معضلة التلوث والتدهور البيئي والإجراءات الواجب إتباعها لحل مشاكلها والبحث عن مدى التوفيق بين البيئة والاقتصاد وفي هذا المبحث تم التطرق إلى مفهوم البيئة ومكوناتها وكذلك إلى النظام البيئي وعلاقة البيئة بالاقتصاد.

المطلب الأول: مفهوم البيئة

أولاً: التعريف اللغوي:

يرجع أصل المصطلح اللغوي إلى الفعل "باء" ومضارعه "بيوء" بمعنى نزل وأقام، والبيئة في اللغة هي ما يحيط بالفرد والمجتمع ويؤثر فيه، قال الله تعالى في سورة يوسف (وكذلك مكنا ليوسف في الأرض يتبوء منها حيث يشاء)¹.

ويراد بمصطلح البيئة في اللغة الإنجليزية "Environnement" الظروف والأشياء المحيطة بالإنسان والمؤثرة في نمو وتطور الحياة، كما تستخدم للتعبير عن حالة الهواء والماء والأرض والنبات والحيوان والظروف المحيطة بالإنسان كافة².

ثانياً: التعريف الاصطلاحي:

البيئة في أبسط تعريف لها هي ذلك الحيز الذي يمارس فيه البشر مختلف أنشطة حياتهم، وتشمل في هذا الإطار كافة الكائنات الحية من حيوان ونبات والتي يتعايش معها الإنسان.

- عرفت منظمة الأمم المتحدة على أنها: "ذلك النظام الفيزيائي والبيولوجي الذي يحيى فيه الإنسان والكائنات الأخرى، وهي كل متكامل وإن كانت معقدة تشتمل على عناصر متداخلة"³.

- عرفها مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية الذي انعقد في ستوكهولم عام 1972 بأنها: "رصيد الموارد المادية و الاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته"⁴.

¹ القرآن الكريم، سورة يوسف، الآية: 56.

² عبد المجيد عمر النجار، قضايا البيئة من منظور إسلامي، الطبعة الثانية، مركز البحوث والدراسات، قطر، 1999، ص 18.

³ نجم العزاوي وآخرون، إدارة البيئة ومتطلبات تطبيقات ISO 14001، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 94.

⁴ رشيد الحمد، محمد سعيد صابريني، البيئة ومشكلاتها، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979، ص 23.

كما عرفها التشريع الجزائري على أنها: "تتكون من الموارد الطبيعية اللاحقوية والحيوية كالهواء والماء والأرض و باطن الأرض والنبات والحيوان بما في ذلك التراث الوراثي وأشكال التفاعل بين هذه الموارد وكذا الأماكن والمناظر والمعالم الطبيعية"¹.

عرفتها هيئة حماية البيئة الأمريكية للبيئة على أنها: "مجموعة العناصر (والمنظومة المعقدة التي تجمعها) التي تجعل الأشياء والظروف المحيطة بحياة الأفراد والمجتمعات كما يتم معاينتها"².

عرفها الإتحاد الأوروبي على أنها: "محمل الأشياء التي تحيط بحياة الإنسان وتؤثر في الأفراد والمجتمعات"، وتشمل على الموارد الطبيعية من الهواء والماء والتربة، والمباني والظروف المحيطة بمكان العمل وتشمل كذلك الكائنات الحية من نبات وحيوان والكائنات المجهرية³.

عرفها القاموس العام للبيئة على أنها: "الوسط الفيزيائي والكيميائي والبيولوجي الذي يحيط بالكائن الحي"⁴. اقتصر ها التعريف على الكائن الحي دون غيره من الكائنات، ولم يفصل في محتوى الأوساط المذكورة.

ثالثا: التعريف الإيكولوجي:

تعرف البيئة إيكولوجيا بأنها مجموع المؤشرات والظروف الخارجية المباشرة وغير المباشرة المؤثرة على حياة ونمو الكائنات الحية⁵.

وتعرف أيضا بأنها الوسط أو المجال المكاني الذي يعيش فيه الإنسان بما يضم من مظاهر طبيعية و بشرية يتأثر بها ويؤثر فيها.

مما سبق نجد أن البيئة هي ذلك المحيط أو الإطار الذي يضم جميع العوامل الحيوية (جميع الكائنات الحية المرئية أو غير المرئية الموجودة في الأوساط البيئية المختلفة)، وغير الحيوية والتي تؤثر بالفعل على الكائن الحي بطريقة مباشرة (كالماء والهواء والتربة والحرارة وغيرها)، وغير مباشرة في أي فترة من فترات حياته.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون 03-10 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، العدد 43، 20 يوليو 2003، ص 10.

² مثنان عبد الكريم، دور نظام الإدارة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011/2012، ص 04.

³ المرجع نفسه.

⁴ نجم العزاوي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

⁵ عبد المجيد عمر النجار، مرجع سبق ذكره، ص 19.

يمكن أن تدرج كل العناصر التي تكون البيئة ضمن المجموعات التالية:

1. **البيئة الطبيعية:** ويقصد بها كل ما يحيط بالإنسان من عناصر أو معطيات حية أو غير حية، وليس للإنسان أي دخل في وجودها مثل: الصخور، موارد المياه، عناصر المناخ والتربة والنباتات والحيوانات وغيرها¹.
2. **البيئة الاقتصادية:** تشمل مختلف السياسات التي تشكل بيئة العمل الاقتصادي، وتهدف البيئة الاقتصادية إلى حصر موارد المجتمع الطبيعية والمادية والبشرية في محاولة استخدامها أفضل استخدام ممكن بغرض إشباع أكبر قدر ممكن من حاجات الأفراد².
3. **البيئة الاصطناعية (المشيدة):** يقصد بها كل ما أضافه الإنسان من عناصر ومعطيات بيئية تمثل نتاج تفاعله واستغلاله لموارد بيئته الطبيعية، ومن أمثلة هذه المعطيات: العمران، طرق النقل والمواصلات، المزارع وغيرها من معطيات الأنشطة البشرية³.
4. **البيئة التكنولوجية:** وهي تشمل كل ما يتأثر في التكنولوجيا في مجال بيئة الإنسان وهذه المنظومة هي حسيلة التعامل بين المجتمعات البشرية والبيئة الطبيعية، إذ تتطور تبعاً لتطور العلاقات التبادلية بين الإنسان والطبيعة.
5. **البيئة السياسية:** وتمثل في نظام الحكم القائم في الدولة⁴.
6. **البيئة البشرية:** ويقصد بها الإنسان وإنجازاته التي أوجدها داخل بيئته الطبيعية وتشمل⁵:
- **البيئة الاجتماعية:** تشمل الخصائص الاجتماعية للمجتمع وحجمه وتوزيعه، علاوة على الخدمات الاجتماعية (النقل، الثقافة، السياسة، الصحة).
- وكذا التوقعات الاجتماعية وأنماط التنظيم الاجتماعي وجميع مظاهر المجتمع الأخرى، وبوجه عام تتضمن البيئة الاجتماعية أنماط العلاقات الاجتماعية القائمة بين الأفراد والجماعات التي ينقسم إليها المجتمع، تلك الأنماط التي تؤلف النظم الاجتماعية والجماعات في المجتمعات المختلفة.
- **البيئة الثقافية:** وتعني الوسط الذي خلقه الإنسان لنفسه بما فيه من منتجات مادية وغير مادية من أجل السيطرة على بيئته الطبيعية وخلق الظروف الملائمة للوجود.

¹ راتب سعود، الإنسان و البيئة - دراسة في التربية البيئية - دار حامد، عمان، الأردن، ط 02، 2007، ص 18.

² جمال أحمد حسين، الإنسان وتلوث البيئة، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 40.

³ نزغي فاطمة الزهراء، تطبيق متطلبات نظام الإدارة البيئية ISO14001 في المؤسسات الاقتصادية، دراسة حالة المؤسسات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص 129.

⁴ نزغي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 129.

⁵ عبد المجيد عمر النجار، مرجع سبق ذكره، ص 20.

وعليه فإن البيئة الثقافية تتضمن الأنماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز الذي يتكون في مجتمع معين من علوم ومعتقدات وفنون وقوانين وعادات وغير ذلك¹.

المطلب الثالث: النظام البيئي

أولاً: تعريف النظام البيئي

إن طبيعة النظام البيئي هو التوازن بين مختلف عناصره، فإذا ما تغير عنصر من عناصره هناك استجابة تحدث لمواجهة ذلك التغيير والحفاظ على التوازن، هذا في حالة ما إذا كان التغيير حديث ومؤقت أما إذا كان التغيير كبير ومستمر فإن النظام لا يستطيع إرجاع التوازن مما يؤدي إلى ظهور المشكلات البيئية مثل: التلوث، التغيرات المناخية، الاحتباس الحراري... الخ.

توجد عدة تعاريف للنظام البيئي نورد أهمها في ما يلي:

التعريف الأول: هو مجموعة من العناصر التي تتكامل وتتفاعل بشكل منتظم لتشكيل وحدة كاملة².

التعريف الثاني: هو مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها وهو يكسب مدخلا ته من البيئة ويجري عليها عملية تحويل ومن ثم تعاد المخرجات إلى البيئة الخارجية، وهذا يعكس الحاجة إلى الاعتماد على المدخلات والمخرجات البيئية³.

التعريف الثالث: هو مساحة من الطبيعة وما تحويه من كائنات حية ومواد حية في تفاعلها مع بعضها البعض ومع الظروف البيئية وما تولده من تبادل بين الأجزاء الحية وغير الحية⁴.

من خلال ما سبق يمكن استنتاج التعريف التالي:

النظام البيئي هو مجموعة من الموارد والكائنات الحية والغير الحية متفاعلة فيما بينها توجد في حالة توازن مختلف الظروف البيئية التي ينشأ عليها احتفاظ النظام البيئي بوجوده.

¹ عبد المجيد عمر النجار، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² فراس أحمد الخرجي، الإدارة البيئية، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2007، ص 15.

³ مشان عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص 06.

⁴ المرجع نفسه، ص 07.

ثانياً: خصائص النظام البيئي

يتميز النظام البيئي بعدة خصائص نوجزها فيما يلي¹:

- **الترباط:** ترتبط جميع عناصر النظام البيئي الحي (إنسان، نبات، حيوان، كائنات دقيقة) وغير الحية ببعضها البعض بعلاقات متشابكة ومتباينة تتراوح بين علاقات بسيطة وأخرى شديدة التعقيد.
- **المقياس:** تتشابه النظم البيئية والمجتمعات من حيث تواجدهم في أحجام ومقاييس مختلفة، فيوجد مجتمعات صغيرة تتكون من مكونات حية وغير حية تتفاعل مع بعضها البعض بينما توجد مجتمعات أكبر، وعلى المستوى العالمي نجد أن كل المكونات الحية وغير الحية في هذا الكون تتفاعل مع بعضها البعض، فالنظام البيئي يتواجد حيثما يوجد علاقات تفاعل وتداخل بين النباتات والحيوانات والإنسان وبين عناصر البيئة المحيطة بهم، والنظام البيئي الصغير هو جزء من النظام البيئي الأكبر ومنه يعني أن ما يحدث في النظام البيئي على أي مستوى سوف يؤثر على المستوى الآخر مع اختلاف درجة التأثير.
- **التنوع:** التنوع البيولوجي هو المفتاح الحقيقي لصحة وجودة النظام البيئي فهو يرمز إلى التعدد، فالتنوع يعطي قوة وجهدا للأنواع لكي تستطيع التأقلم مع التغيرات التي تحدث في النظام البيئي.
- **التوازن:** على الرغم من الطبيعة الديناميكية للنظام البيئي وما يمر به من تغيرات ودورات فإن عناصر النظام البيئي الجيد تكون قادرة على التأقلم والاستجابة للتغيرات والضغط.

بالإضافة إلى²:

- **التعقيد:** تختلف الأنظمة البيئية من حيث شدة تعقيدها، فهذا التعقيد اللامتناهي يمنع الإخلال بالتوازن الطبيعي بحيث تبقى الأنظمة سالمة إذ يوجد نوع من التنظيم الذاتي المتبادل بين الطبيعة والحياة حيث يجري هذا التنظيم بواسطة الحلقات الحيوية مثل: حلقات الكربون، حلقات الآزوت... إلخ.
- **الاستقرار:** يعرف الاستقرار بأنه مقدرة النظام البيئية على العودة إلى وضعه البدائي، فكل الأنظمة تتجه نحو الاستقرار حيث يحدث هذا الاستقرار ببطء وبالتدرج عبر سنين طويلة، فكلما زاد النظام البيئي تعقيدا ازداد ميلا نحو الاستقرار و كلما كانت الأنواع المؤلفة لنظام بيئي متعددة ازدادت علاقاتها المتبادلة وبالتالي يزيد استقرار النظام البيئي.

¹ السيد أحمد الخطيب، النظام البيئي و التلوث، المكتبة المصرية للطباعة و النشر، مصر، 2004، ص 17/16.

² حسين أحمد شحاتة، محمد حسام محمد عوض، مقدمة في علم البيئة، كلية العلوم جامعة الأزهر للنشر، مصر، 2005، ص 22.

ثالثاً: عناصر النظام البيئي

يتكون كل نظام بيئي مما يلي:

1. كائنات غير حية: هي المواد الأساسية العضوية وغير العضوية في البيئة، وكذا العوامل الفيزيائية مثل الحرارة¹.
2. كائنات حية: تنقسم إلى قسمين²:
 - كائنات حية ذاتية التغذية: هي تلك الكائنات التي تستطيع بناء غذائها بنفسها من مواد غير عضوية بسيطة كعمليات البناء الضوئي التي يقوم بها النبات الأخضر.
 - كائنات غير ذاتية التغذية: وهي كائنات لا تستطيع تكوين غذائها بنفسها وتضم الكائنات المستهلكة والكائنات المحللة.

المطلب الرابع: علاقة الاقتصاد بالبيئة

العلاقة بين الاقتصاد والبيئة تتجلى في جانبين³:

- الجانب الأول: يتمثل في اعتماد الأنشطة الاقتصادية على البيئة كمصدر للموارد الطبيعية اللازمة للأنشطة الإنتاجية الرامية إلى إشباع حاجات الأفراد وبالتالي فإن أي ضرر يلحق بالبيئة نتيجة لسوء الاستخدام يؤثر على كمية ونوعية الموارد.
- الجانب الثاني: يتمثل في أن البيئة هي مستودع مخلفات الأنشطة الاقتصادية سواء كانت الإنتاجية أو الاستهلاكية.

ونستخلص العلاقة بين الاقتصاد والبيئة فيما يلي:

- يركز مفهوم الاقتصاد والبيئة على عنصر الموارد البشرية؛
- الهدف النهائي لاقتصاد البيئة هو إشباع الحاجات الإنسانية المتعددة وهذا الإشباع لن يتحقق إلا من خلال الموارد البيئية؛
- الإنسان والسلوك الإنساني هو المحور الأساسي للدراسات المتعلقة بالبيئة؛
- تتمثل المشكلة الاقتصادية في الندرة النسبية للموارد وسبب هذه الندرة هو التلوث البيئي؛

³ محمد العودات، النظام البيئي و التلوث، دط، الإدارة العامة للتوعية العلمية و النشر، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 09.

² مريم سانه، معوقات تطبيق الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع

التنظيم و العمل، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جيجل، 2016/2017، ص 42.

³ فارس مسدور، أهمية تدخل الحكومة في حماية البيئة من خلال الجباية البيئية، مجلة الباحث، ورقة، العدد 07، 2009، ص 346.

تتجه الكثير من المؤسسات في الوقت الحاضر للاهتمام بالاعتبارات البيئية في استراتيجيات أعمالها وخططها طويلة الأجل و هذا التوجه يعد أساسا لبقائها في السوق تنافسها مع نظائرها المهتمين بالبيئة وكذلك نقطة بدء لضمان تطبيق المواصفات البيئية في النشاطات الممارسة من قبل المؤسسات، لذلك يجب أن تتوفر على إدارة بيئية ذات مستوى تميز وفعال حيث تساعد في الرقابة والتخطيط وتطوير الأداء البيئي بما يتلاءم والسياسة البيئية في المؤسسة، وستتطرق في هذا المبحث إلى التطور التاريخي للإدارة البيئية ومفهومها وأهميتها وأهدافها وكذلك دوافع مبادئها ودوافع تبنيها من طرف المشاريع الاقتصادية.

المطلب الأول: التطور التاريخي للإدارة البيئية

تعتبر إدارة البيئة المجال الأسرع تطورا مقارنة بالمجالات الإدارية الأخرى، حيث ترجع بدايات هذه الإدارة إلى أوائل السبعينات وهي الفترة التي أخذت فيها القضايا البيئية ومخاطر التلوث البيئي تظهر على السطح وتندر بمخاطر دولية وبيئية، وخلال هذه المراحل لم يتخط مفهوم الإدارة البيئية حدود الإجراءات العلاجية واعتمد هذا الأسلوب على الطرق والمناهج التقليدية وبدرجة أساسية على التشريعات والقوانين والاتفاقيات الخاصة بحماية البيئة السابقة الذكر والتي لم تهتم بالبحث عن جوهر المشكلات وأسبابها، كما افتقرت إلى القدر الكافي من المهنيين المختصين في البيئة فضلا عن ضعف الإمكانيات المادية¹.

وقد بدأ الارتباط الحقيقي بين الأعمال و البيئة على المستوى العالمي في عام 1972 في مؤتمر الأمم المتحدة الذي عقد في مدينة ستوكهولم، وفي منتصف الثمانينات أسهمت تكاليف تطبيق الحماية البيئية المرتفعة في دفع المشاريع لتقوم بعمليات الاستثمار في تخفيض التلوث وليس التحكم به فحسب وهذا ماجعل المهتمين بالمشاكل البيئية يعملون على إيجاد مفوضية مستقلة للبيئة اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التي نشرت تقريرها بعنوان "مستقبلنا المشترك" عام 1987 وقد قدم هذا التقرير مصطلح "التنمية المستدامة" الذي حث الصناعة على تطوير إدارة بيئية سليمة وفعالة بإعطاء أهمية خاصة للاعتبارات البيئية أثناء إدارة الأنشطة الإنتاجية و على ضرورة إنشاء دائرة تشكل جزء من التنظيم العام للمشروع مختصة بتتبع الآثار البيئية للمشروع ومعالجتها².

لقد كان هذا التقرير بمثابة الحافز لغرفة التجارة الدولية لأن تطلق ميثاق العمل للتنمية المستدامة التي تضم 16 مبدأ يعنى بإدارة البيئة وتعزيز التنمية المستدامة كما اشتمل الميثاق على بعض العناصر الرئيسية لأنظمة الإدارة البيئية.

¹براهيمي شراف، أثر الإدارة البيئية على كفاءة المشاريع الصناعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، بسكرة، 2016/2017، ص 35.

²علاء سرحان، الاتجاهات المعاصرة لإدارة جودة البيئة، مجلة الجمعية الإحصائية المصرية، المجلد 15، العدد الأول، 1999، ص 53.

مع نهاية الثمانينات أدركت الصناعة أن نشاطاتها التصنيعية و الإنتاجية هي العامل الأساسي في المشاكل البيئية وبدأت تأخذ موضوع الإدارة البيئية بدرجة تطوعية باعتبارها سبيلا هاما لتحسين صورة الصناعة بيئيا ولزيادة الربح والمنافسة مع الصناعات التي لا تأخذ الإدارة البيئية في الاعتبار ومن نتائج هذه الفترة صنع منتجات ملائمة بيئيا وهي المنتجات الخضراء.

وتم تأكيد صورة ارتباط البيئة بالأنشطة الإدارية والاستغلالية للمشروع الصناعي في قمة "ريو دي جانيرو" عام 1992 إذ اعتبرت أن العمليات الإنتاجية الغير مخططة بيئيا والاستخدام غير الرشيد لموارد الطبيعة هما السبب الرئيسي لتدهور البيئة.

كما كانت الإدارة البيئية العقلانية للموارد (الطبيعة، البشرية، الاقتصادية) من أهم السياسات التي انبثقت عن مفهوم التنمية المستدامة لدرء المخاطر البيئية والعمل بالمفاهيم الحديثة المرتبطة بالإنتاج وبالتالي زيادة أرباح المشروع الصناعي من جهة والمحافظة على جودة البيئة من جهة أخرى، كما أصبحت هذه القمة كنقطة تحول مهمة في الاهتمام الدولي بالبيئية لبناء نظام دولي خاص بالإدارة البيئية على مستوى العالم حيث تم على إثره قيام المنظمة العالمية للتقييس بإصدار سلسلة المواصفات الدولية الخاصة بالبيئة (ISO14001) عام 1996، بالإضافة إلى أنها تسهل على المشاريع الصناعية التعامل مع القوانين وتلي المتطلبات الرقابية¹.

المطلب الثاني: مفهوم الإدارة البيئية

اختلف الكتاب والباحثون في إعطاء تعريف وحيد للإدارة البيئية، فاعتبر مفهوم الإدارة البيئية على أنه امتداد لمفهوم الإدارة بمعناه العام وخاصة عند تطبيقه في مجالات معينة.

عرفها **رعد حسن الصرن** على أنها: هي جملة من إجراءات ووسائل الرقابة سواء كانت محلية أو إقليمية أو عالمية هدفها الأساسي حماية البيئة، كما تتضمن الاستخدام العقلاني للموارد الطبيعية المتاحة والاستفادة الدائمة منها².
عرفها **محمد عبد الوهاب العزاوي** على أنها: جزء من نظام الإدارة الكلي للمؤسسة الاقتصادية التي يجب أن تدمج في كل نشاطاتها الإستراتيجية والتنظيمية والعملياتية³.

¹ بسمة مناخ، جبار بوكثير، أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وفق المواصفة الدولية ISO 14000 على الأداء البشري في المؤسسات الاقتصادية، مجلة إقتصاد المال و الأعمال، المجلد الثالث، العدد الأول، الجزائر، 2018، ص 227.

² رعد حسن الصرن، نظم الإدارة البيئية و الإيزو 14000، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، سوريا، 2001، ص 28.

³ عامر ملايكة و طلحي فاطمة الزهراء، واقع الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية، مجلة الإبداع، المجلد 11، العدد 02، 2021، ص

عرفها نجم عبد الله العزاوي بأنها: الإدارة التي يصنعها الإنسان وتتمركز حول نشاطاته وعلاقاته مع البيئة الفيزيائية ولأنظمة الإيكولوجية المتأثرة به¹.

يعرفها **Chhatwal** بأنها التخطيط المتكامل الذي يهدف إلى دراسة الموارد المتاحة لتلافي الضرر الناتج من سوء التعامل مع البيئة فالتخطيط والإدارة البيئية وجهان لعملة واحدة فالإدارة أساس الصيانة للموارد البيئية بينما التخطيط يقلل أو يمنع فرص التدهور والضرر لتلك الموارد².

عرفها برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) على أنها: إدارة للأنشطة البشرية ذات التأثير الهام على البيئة بهدف تلبية احتياجات البشر الأساسية في إطار الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية وذلك يحقق أبعاد الاستدامة مما يحقق التنمية على المدى الطويل وعلى أساس مستمر³.

أما منظمة **ISO** فقد عرفت على أنها: جزء من النظام الإداري الشامل الذي يتضمن الهيكل التنظيمي ونشاطات التخطيط والمسؤوليات والممارسات والإجراءات والعمليات والموارد المتعلقة بتطوير السياسة البيئية ومراجعتها والحفاظ عليها⁴.

كما عرفت المواصفة الفرنسية **NFX 30200** الإدارة البيئية على أنها: مجموعة أنشطة الإدارة التي تحدد السياسة البيئية والأهداف والمسؤوليات التي تنفذ بوسائل مثل تخطيط الأهداف البيئية، قياس النتائج والتحكم في الآثار البيئية⁵.

تعرفها غرفة التجارة الدولية على أنها: عملية إيجاد وتصميم آلية شاملة تضمن عدم وجود آثار بيئية ضارة في منتج المؤسسة وذلك عبر جميع المراحل بدءاً بالتخطيط والتصميم وصولاً إلى المنتج النهائي⁶.

وبناء على ما سبق يمكن تعريف الإدارة البيئية على أنها تلك الإدارة التي تسعى إلى تسيير كل المستويات الإدارية والمجالات الوظيفية من خلال مجموعة من الإجراءات والممارسات والخطوات في المؤسسة بطريقة تتماشى مع متطلبات الحفاظ على البيئة.

¹ عبد الكريم لحيلح، دور نظام الإدارة البيئية **ISO 14001** ، في توجيه السلوك البيئي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، سطيف، 2017/2016، ص 69.

² داليا محمود حسن النهري، وآخرون، الإدارة البيئية و أثرها على تحقيق جودة الحياة، مجلة جمعية المهندسين المصرية، المجلد 58، العدد الأول، 2019، ص 62.

³ نفس المرجع، ص 63.

⁴ نجم العزاوي و آخرون، ، ص مرجع سبق ذكره ، 122.

⁵ - Hussein Al-bahrani, **Environmental Management** ,4th stage, p 03 .

⁶ نرغي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 135.

أولاً: أهمية الإدارة البيئية

تعتبر أهمية تطبيق الإدارة البيئية الأساس الذي من خلاله تتمكن إدارة المنشآت من القيام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المشكلات البيئية وبطريقة تضمن الاستمرارية والفعالية الاجتماعية في عملية اتخاذ القرار الإداري فقد حقق تطبيق الإدارة البيئية منافع اقتصادية تتمثل أساساً في تخفيض التكاليف المباشرة مثل تكاليف الطاقة والموارد وتحسين سمعتها للمجتمع ونمو الاهتمام بصيانة وتحسين جودة البيئة وحماية صحة الإنسان وبهذا توجه المؤسسة للتأثيرات البيئية الكامنة لأنشطتها أو منتجاتها أو خدماتها للمحافظة على البيئة.

للإدارة البيئية أهمية كبيرة في المؤسسات للأسباب التالي¹:

- تحقيق الوفرة في التكاليف الرأسمالية وتكاليف تشغيل وحدات معالجة المخلفات؛
- قيام سلطة واحدة بمتابعة مصادر التلوث وحماية نوعية البيئة في المؤسسة؛
- القدرة على إجراء دراسات للتحكم في التلوث والتوصل إلى حلول تحقق مصالح المؤسسة إلى أقصى حد ممكن؛
- مساعدة السلطات التنفيذية في التعامل مع كيان مؤسسي واحد معني بالقضايا البيئية للمؤسسة؛
- القدرة على إشراك الكفاءات الخارجية المتخصصة في تنفيذ برامج الإنتاج؛
- وضع الإرشادات الخاصة بالنظافة العامة وحماية البيئة الداخلية؛
- رصد نوعية البيئة في المؤسسة على نحو أفضل،

وتظهر أهميتها بشكل واضح لأنها ترافق دورة حياة المشروع، فالاعتبارات البيئية لا بد وأن تدخل ضمن دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع، فهي جزء أساسي من عمليات التحضير التي تسبق الدراسة الأولية وتستمر معه خلال التخطيط البيئي وفي طور التنفيذ فإن عمل الإدارة البيئية لا يتوقف، حيث تعمل على مراقبة وتحليل الإصدارات الناتجة عن المشروع وكذلك النفايات كي لا تتجاوز.

¹ برني لطيفة، دور الإدارة البيئية في تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسة الصناعية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، بسكرة، 2008/2007، ص 61.

ثانياً: أهداف الإدارة البيئية.

تهدف الإدارة البيئية سواء كانت إجرائية، إدارة، وظيفة أو كنظام إلى تحقيق ما يلي¹ :

- تحقيق الإنتاج النظيف والإنتاج الأنظف حتى يتوافق مع المعايير البيئية المحلية و العالمية؛
- تضمين الاعتبارات البيئية عند اتخاذ أي قرار إنتاجي تسويقي، تمويلي، تطويري؛
- إحداث التكامل بين نظم الإدارة البيئية و الأنظمة التنفيذية المتعلقة بالمنظمة رأسياً و أفقياً؛
- تطبيق المعايير القياسية لجودة البيئة؛
- تطبيق مبدأ إدارة الجودة الشاملة والتنمية المتواصلة؛
- التوافق بين القوانين والتشريعات المحلية والعالمية لضمان الاستمرار في الصناعة وفي الأسواق؛

بالإضافة الأهداف التالية²:

- الارتقاء بالمهارات لحل المشكلات البيئية وتطوير ظروف العمل؛
- تبني سياسة بيئية مناسبة بتطبيق وتنفيذ القوانين واللوائح والنظم البيئية؛
- إعداد النظم والأساليب الاقتصادية للحفاظ على البيئة والمساهمة في تعظيم العائد الاقتصادي؛
- تحقيق حماية المستهلك في توفير المتطلبات البيئية اللازمة لإنتاج السلع والخدمات؛
- إعداد نظم وطرق المراقبة والرصد لمستويات التلوث ومتابعتها لدعم القدرة التنافسية الناتجة عن المنتجات
- النظيفة بيئياً والتي أصبحت في تزايد ونمو مستمرين على المستوى العالمي؛
- التعرف على المتطلبات التشريعية والجوانب البيئية المرتبطة بنشاطات ومنتجات وخدمات المشروع؛
- تنمية التزام الإدارة والعاملين نحو حماية البيئة مع تحديد المهام الخاصة بالمسؤولية؛
- تشجيع التخطيط البيئي ليعطي كل نشاطات المشروع بدءاً من طلب المواد الخام حتى توزيع المنتجات؛
- تشجيع الموردين على إقامة نظام للإدارة البيئية لمشاركتهم؛
- القدرة على مواجهة المنافسين؛
- العمل على إدارة الأزمات بفعالية؛
- رفع المعنوية للعاملين وتحسين صورة العمل؛

¹برني لطيفة، مرجع سبق ذكره، ص 63.

²-براهيمي شراف، مرجع سبق ذكره، ص 38.

المطلب الرابع: مبادئ الإدارة البيئية و دوافع تبنيها من طرف المشاريع الاقتصادية

يوجد عناصر هامة في إستراتيجية أي مشروع حتى تطور من أدائها البيئي وذلك بتبنيها لعدد من مبادئ الإدارة البيئية واحتوائها على مجموعة أسباب ودوافع تكون ممارستها لهذه العملية.

أولاً: مبادئ الإدارة البيئية

تتضمن الإدارة البيئية الفعالة عدد من المبادئ، كما يلي¹:

- مبدأ الإدارة المتكاملة: أي تكامل السياسات والبرامج و الخبرات بشكل كامل في كل الأعمال كونها عنصر أساسي للإدارة في كل وظائفها؛
- مبدأ تثقيف العاملين: الاهتمام بتثقيف العاملين وتدريبهم باستمرار والإلمام بالتكنولوجيا والكفاءة وكل عامل مسؤول عن أداء عمله حتى يمكن مواجهة التحديات العالمية مع وجوب الاهتمام بأن يشارك العاملين في وضع البرامج البيئية لأنه بذلك تتحقق الفعالية في تنفيذ البرامج وبالتالي تحقيق الخطط البيئية المطلوبة؛
- مبدأ عملية التطوير: يعني الاستمرار في تطوير السياسات والبرامج في ظل التغيرات وهنا يجب أن تتسم الخطط والسياسات بالمرونة لمواجهة هذه التغيرات؛
- مبدأ الأفضلية المشتركة: أي أن الإدارة البيئية هي الأداء الأفضل لتحقيق التطور المرغوب وذلك بغرض عمل السياسات والبرامج وممارسة العمل؛
- مبدأ التقييم المسبق: أي تقييم التأثيرات البيئية قبل البدء أو القيام بأي مشروع، حيث لا يتم وضع أي آلات أو معدات في موقع العمل قبل القيام بدراسة وتقييم الأثر البيئي للمشروع؛
- مبدأ المنتجات و الخدمات: أن تقوم المنظمة بتطوير المنتجات والخدمات بشكل لا يؤثر سلباً على البيئة بحيث تكون آمنة بيئياً عند الاستخدام والاستهلاك مع إمكانية تدويرها أو التخلص منها بصورة آمنة؛
- مبدأ إسداء النصح للمستهلك: يجب العمل بتقديم النصح سواء للمستهلك أو الموزع ، أو المواطنين حتى يكونوعلى علم و إدراك بماهية المنتجات الخضراء، وعن عمليات الاستخدام الآمن والنقل والتخزين؛
- مبدأ الأبحاث: هذا مايعني القيام بالدراسات عن التأثيرات البيئية واستهلاك المواد الخام، وعن المنتجات والمخلفات والاستفادة من هذه الدراسات عملياً بما يحقق النفع المطلوب والأداء الأفضل؛

¹ - براهيم شراف، مرجع سبق ذكره ، ص 40.

- مبدأ الاحتراس: يعني الوقاية خير من العلاج فالبيئة حق مكتسب يشارك الجميع في الحفاظ عليها؛
- المقاولون و المتعهدون: تشجيعهم على تبني المبادئ العامة السابقة باعتبارهم المسؤولين عن نجاح الإدارة البيئية؛
- مبدأ نقل التكنولوجيا: يجب على المشاريع أن تتسلح دائما بالتكنولوجيا العالية، بحيث تكون على استعداد دائما لحالات الطوارئ والإخطار الموجودة بما يتوافق مع المتغيرات البيئية وبما يحافظ على البيئية؛
- مبدأ المساهمة في المجهودات العامة: يعني المساهمة في نقل التكنولوجيا البيئية وطرق الإدارة بين القطاع الصناعي والقطاع العام؛
- مبدأ تشجيع الحوار المقترح مع العاملين: ذلك بقصد معرف اهتماماتهم والعمل على إشراكهم في وضع البرامج البيئية؛
- مبدأ الالتزام و تقدير التقارير: بغرض قياس الأداء البيئي والقيام بفحص بيئي منتظم وتقييم مدى التزام المشروع بالالتزامات والمبادئ البيئية على أن يتم تقديم المعلومات بصفة دورية إلى كل من مجلس إدارة المشروع وحملة الأسهم والعاملين؛

ثانيا: دوافع تبني الإدارة البيئية من طرف المشاريع الاقتصادية

اتجهت العديد من المنشآت نحو دمج الامتيازات البيئية في عملية الإدارة ويقف وراء سعيها إلى تبني مدخل الإدارة البيئية طوعية بواعث ذاتية واقتصادية تتعلق بالمنافع التي تجنيها المشروع، حيث أن تطبيق إدارة بيئية جديدة سليمة و فعالة يؤدي إلى تخفيض التكاليف وزيادة الإنتاجية وتحسين الجودة وتحقيق وفورات مالية.

1. الأسباب الطوعية (الذاتية) تتعلق بالدرجة الأولى ب¹:

- مقدار الأرباح التي يمكن أن تتحصل عليها المشاريع في ظل دمجها للإدارة البيئية وهيكلها التنظيمي من تخفيض في التكاليف، تحسين الإنتاجية، تحقيق وفورات مالية ومزايا تسويقية، مما يزيد من قدرتها التنافسية؛
- تقليل التكلفة من خلال إعادة التدوير والبرامج الأخرى المشابهة؛
- زيادة الكفاءة التشغيلية من خلال تقليل حالات عدم التطابق مما يؤدي إلى التقليل من الهدر والوقاية من التلوث وإحلال مواد كيميائية أخرى؛

¹برني لطيفة، مرجع سبق ذكره، ص 65.

2. الأسباب الإجبارية (الضغوط الخارجية): هناك مجموعة من الجماعات الضاغطة التي تدفع إلى تبني الإدارة البيئية نذكر منها¹

- **الحكومات "Governments"** : تقوم الحكومات بسن سياسات وقوانين وتشريعات وتطبقها جبريا بهدف تحقيق السياسات البيئية، كما تضع شروطا للتراخيص تمنحها للمشاريع الاقتصادية لتخضعها للنظم البيئية حيث تقوم الحكومات أيضا بإسناد هذه المسؤولية إلى هيئات متخصصة لديها القدرة على القيام بالعمال والمتابعة للتأكد من عدم المخالفة لشروط هذه التراخيص وتشريعاتها البيئية.
- **جماعات الضغط البيئي**: زاد الاهتمام بالإدارة البيئية نتيجة سعي جماعات الضغط البيئي لمحاولة التأثير على المشاريع المسببة للتلوث لتحقيق أفضل أداء بيئي ومن أمثلة ذلك مشاريع التمويل.
- **المنافسون "Competitors"** : يمثل المنافسون أحد الأطراف الأساسية التي يمكن لا تجاهلها، حيث يمكن للمشاريع أن تفقد وضعها وقدرتها التنافسية محليا وعالميا وعادة ماتزداد الأعباء المالية نتيجة الأخطاء البيئية وهذا ما يؤثر بطريقة مباشرة على القدرة التنافسية لها وعلى بيع منتجاتها في الأسواق الدولية.
- **الممولون "Financers"** : تعتبر البنوك من القطاعات التي تهتم بدراسة مدى التزام المشاريع الصناعية الراغبة في الاقتراض بالتشريعات والقوانين البيئية حتى يتم تقييم مدى قدرتها على الوفاء بالالتزامات ولا يحدث ذلك إلا إذا كانت تتمتع بإدارة بيئية سليمة التي تمكنها من تخفيض التكاليف وكسب ثقة العملاء وبالتالي زيادة الإيرادات وسداد المستحقات والديون.
- **المستهلكون "Consumers"** : تعد المنتجات التي لا تسبب أضرار بيئية من السلع التي شهدت إقبال المستهلكين على شراءها والمنتجين على لإنتاجها تلبية لرغبات المستهلكين، حيث تعددت المسميات التي تطلق على هذا النمط من المنتجات مثل المنتجات الخضراء.
- **المساهمون و المستثمرون "Investitors"** : تواجه المشاريع ضغوطا من جانب كل من المساهمين والمستثمرين للحصول على معلومات على الأداء البيئي و الأداء المالي لها؛ وتتأتى حاجة هذه الفئات إلى مثل هذه المعلومات نتيجة لقناعتهم بأن الممارسة البيئية قد تؤدي إلى زيادة الالتزامات وبالتالي المخاطر مما يؤدي إلى انخفاض الأرباح.

¹إسماعيل طارق، تحليل و تحميل الأنشطة البيئية في ضوء مدخل محاسبة على أساس النشاط، مجلة التكاليف، العدد 02، 2000، ص 05

المبحث الثالث: نظام الإدارة البيئية

يعتبر نظام الإدارة البيئية جزءاً من نظام إدارة المؤسسات ويتم استخدامه من أجل إعداد وتنفيذ السياسات والاستراتيجيات البيئية للمؤسسة، كما يساعد نظام الإدارة البيئية المؤسسات على التحكم في الآثار البيئية وتوجيهها لتحقيق الأهداف البيئية للمؤسسات، وقد تم التطرق في هذا المبحث إلى ماهية نظام الإدارة البيئية ومتطلبات ومراحل تنبيهه.

المطلب الأول: ماهية نظام الإدارة البيئية

أولاً: مفهوم نظام الإدارة البيئية

يعرف نظام الإدارة البيئية بأنه: "جزء من نظم الإدارة الشاملة للمؤسسة تشمل أنشطة التخطيط والمسؤوليات والإجراءات العملية والتطبيق والمحافظة على الأداء البيئي الجيد"¹.

يعرف أيضاً بأنه: "مجموعة المواصفات الخاصة بكيفية عمل المؤسسات في القضاء على التلوث عن طريق وضع نظام رسمي وقاعدة بيانات من أجل متابعة الأداء البيئي"².

يعرف أيضاً بأنه: "هيكل لإدارة المؤسسات من أجل تقييم تأثيراتها البيئية"³.

من خلال إستعراض التعاريف السابقة نستنتج أن نظام الإدارة البيئية عبارة عن مجموعة من السياسات والإجراءات والمفاهيم وخطط العمل التي تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها المسطرة وفي نفس الوقت تمكنها من الإستجابة للمتطلبات البيئية بشكل يحقق التحسين في أدائها البيئي.

ثانياً: مفهوم المواصفة الدولية ISO14001

تعد المواصفة ISO 14001 مواصفة دولية طورتها منظمة التقييس الدولية ISO وفي ضوءها حددت المتطلبات الأساسية لإقامة نظام الإدارة البيئية وقد اعتمد النص الرسمي لهذه المواصفة بعد نشره عام 1996 لتمكين المنظمة من صياغة السياسة والأهداف مع الأخذ بعين الإعتبار الاهتمام بالمتطلبات القانونية والمعلومات المتعلقة بشأن الجوانب البيئية المهمة، تطبق هذه المواصفة على أية منظمة تسعى إلى صياغة وتحسين نظام إدارتها البيئية والمطابقة

¹-نزغي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص201.

²شتوح وليد، مكانة نظام الإدارة البيئية الإيزو 14000، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، المجلد 07، العدد 02، الجزائر، 2014، ص 02.

³إسماعيل القزاز، عادل كوريل، نظام الإدارة البيئية بموجب متطلبات مواصفة الإيزو 14001: 2004، دار دجلة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015،

الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية

الذاتية مع السياسة البيئية المعلنة وإقامة الدليل على شهادة المطابقة لنظام الإدارة البيئية من قبل جهة خارجية، والتقرير والإعلان الذاتي للمطابقة مع المواصفة¹.

إذ تعرف المواصفة ISO 14001 بأنها: مجموعة المواصفات الخاصة بكيفية عمل المنظمات في القضاء على التلوث عن طريق وضع نظام رسمي وقاعدة بيانات من أجل متابعة الأداء البيئي، وغاية هذه المواصفة هو تزويد المنظمات بعناصر نظام إدارة بيئية فاعلة يمكن أن تتعامل مع المتطلبات الإدارية الأخرى للمنظمة، كما تسعى إلى مساعدة المنظمات في تحقيق التوازن بين أهدافها البيئية.

تعرف أيضا بأنها: مجموعة من التنظيمات الخاصة بالمسؤوليات، الإجراءات والعمليات والوسائل الضرورية لتنفيذ السياسة البيئية.

ثالثا: خصائص نظام الإدارة البيئية

يتميز نظام الإدارة البيئية بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها في مايلي²:

1. **الإهتمام بذوي المصالح:** حيث يقوم نظام الإدارة البيئية على الأخذ بعين الاعتبار كافة متطلبات الأشخاص المعنيين أو المتأثرين بالأداء البيئي للمؤسسة.
2. **التحسين المستمر:** يعني الوقوف على الفروق أو الانحرافات مقارنة بالأهداف المسطرة، فالتحسين المستمر في المجال البيئي يتطلب أم يتضمن نظام الإدارة البيئية ضرورة تحقيق هدف التحسين في الأداء البيئي.
3. **المرونة و إمكانية التطوير:** يتميز نظام الإدارة البيئية بكونه مرنا مما يسمح بإجراء التعديلات إن لزم الأمر كما أنه يتوفر على إمكانية التطوير والتحسين مما يؤدي إلى تحسين الأداء البيئي للمؤسسة.
4. **البساطة و الصرامة:** تتمثل البساطة في عدم وجود اشتراط النظام الالتزام بتطبيق الكثير من الإجراءات والتي تؤدي إلى إضافة الوقت وهدر الموارد البشرية و المالية، أما الصرامة فتهدف إلى تخفيض التكاليف.
5. **التوافق مع باقي الأنظمة الإدارية:** مثل نظام إدارة الجودة، وهذا التوافق يعني استخدام نفس النموذج لبناء لبناء النظام أو النظامين والتعريف المشترك للعناصر بالإضافة إلى إلغاء كل الإجراءات المتعارضة بين النظامين.

¹-إيثار عبد الهادي آل فيحان، سوزان عبد الغاني البياتي، نظام الإدارة البيئية ISO 14001 2004، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 70، العراق،

2008، ص 116.

²-إسماعيل القزاز، عادل كوريل، مرجع سابق، ص 72.

رابعاً: أهمية تطبيق نظام الإدارة البيئية

يعتبر نظام الإدارة البيئية أداة لتطوير نظم الإنتاج والتشغيل مما يؤدي إلى زيادة حجم الطاقة الإنتاجية كما يعمل على منع الإسراف والضياع في الطاقة مما يؤدي إلى تحقيق فائض للشركات ومؤسسات الأعمال مما يساعدها على تحسين مراكزها المالية وكما يكسبها مزايا تنافسية لمنتجاتها. كما يمنع الإصابات بأمراض تلوث البيئة الداخلية مما يؤدي لتخفيض تكاليف علاج الأفراد من هذه الأمراض.

المطلب الثاني: متطلبات تطبيق نظام الإدارة البيئية إيزو 14001

حسب مواصفة إيزو فإن المهمة الأساسية لنظام الإدارة البيئية 14001 تكمن في مراجعة الإستراتيجية البيئية للمؤسسة من أجل تحسين أدائها البيئي، وقد حددت فيها المتطلبات والمبادئ الأساسية للإدارة في القسم الرابع منها كما يلي:

- المتطلبات العامة
- السياسة البيئية
- التخطيط
- التنفيذ والتشغيل
- الفحص والأعمال التصحيحية
- مراجعة الإدارة العليا

أولاً: المتطلبات العامة "General Requirements"

ورد في القسم الرابع الذي يحتوي على متطلبات مواصفة الإيزو 14001 في البند 4-1 أنه يتعين على المؤسسة وضع وتوثيق وتطبيق نظام إدارة بيئية وتحاول المحافظة عليه من خلال صيانتته وتحسينه باستمرار وكيفية المطابقة مع تلك المتطلبات¹.

ويتم ذلك من خلال تحقيق المؤسسة جملة من الإجراءات:

- تحديد العمليات اللازمة وتطبيقها في جميع أنحاء المؤسسة؛
- تعيين التسلسل لهذه العمليات والتداخل بينها؛
- تعيين المعايير اللازمة والطرق لضمان السيطرة على هذه العمليات وفعاليتها؛
- قياس وتحليل هذه العمليات؛

¹إسماعيل القزاز، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 70.

الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية

- تنفيذ الأعمال الضرورية للحصول على النتائج المخططة؛

ثم قيام المؤسسة بالعمليات التالية:

- وضع سياسة مناسبة للبيئة؛
- تحديد الجوانب البيئية الناتجة عن المؤسسة في الماضي والحاضر والمخطط لها مستقبلاً؛
- تحديد المتطلبات القانونية؛
- تحديد الأولويات وتحديد الأهداف البيئية؛
- إنشاء هيكل وبرنامج لتنفيذ السياسات وتحقيق الأهداف البيئية؛
- تسهيل التخطيط والمراقبة والرصد والإجراءات التصحيحية والوقائية؛

ثانياً: متطلبات السياسة البيئية "Environmental policy"

تعرف السياسة البيئية بأنها توضيح المبادئ والأهداف المتعلقة بالأداء البيئي الشامل للمؤسسة الصناعية، والتي يتم من خلالها تحديد إطار عملها البيئي، فالسياسة البيئية هي بيان بنوايا الشركة ومبادئها المرتبطة بأداءها البيئي الشامل الذي يوفر إطاراً للعمل ووضع أهدافها وغاياتها البيئية، وينبغي أن تحدد الإدارة العليا لتؤكد¹:

- مدى ملائمتها لطبيعة وحجم المؤثرات البيئية الناشئة عن الأنشطة والسلع والخدمات الخاصة بالشركة؛
- مدى الإلتزام بتحسين المستمر والوقاية من التلوث؛
- مدى الإلتزام بالتوافق مع القوانين والضوابط والتشريعات المتعلقة بعمليات الشركة؛
- توفير إدارة لوضع ومراجعة الأهداف والغايات البيئية؛
- التأكد من عمليات التوثيق والتنفيذ والمحافظة على السياسة البيئية وإيصالها إلى جميع العاملين؛
- التأكد من إعلان السياسة على الجمهور؛

تحدد السياسة البيئية مبادئ عمل المنظمة كما تحدد مستوى المسؤولية والأداء البيئي المطلوبان للمنظمة مقابل جميع الإجراءات اللاحقة التي سيتم الحكم بموجبها كما ينبغي للسياسة أن تكون مناسبة للآثار البيئية ومنتجاتها وخدماتها وينبغي أن يسترشد بها في وضع الأهداف والغايات².

تحتوي السياسة البيئية على العناصر التالية:

- تحديد عناصر البيئة بالنسبة للمؤسسة؛

¹ إيثار عبد الهادي آل فيحان، سوزان عبد الغاني البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 121-122.

² -إسماعيل القزاز، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 71.

- تحديد الخطوات التنفيذية لكيفية تعامل المؤسسة مع معطيات البيئة؛
- وضع الخطوات التنفيذية التي يجب أن تتخذ لرصد ومتابعة الأحداث البيئية، وكذلك تحسين الوضع البيئي؛

ثالثاً: متطلبات التخطيط "Planning"

التخطيط هو عملية مستمرة و هي تستخدم على حد سواء لوضع و تنفيذ عناصر من نظام إدارة البيئة وصيانتها وتحسينها تبعاً لتغير الظروف، وكجزء من عمليات التخطيط ينبغي على المنظمة النظر في الكيفية التي سوف يتم قياس وتقييم أداءها وفي الوفاء بالتزاماتها، أهدافها وغاياتها¹.

تشمل متطلبات التخطيط على العناصر التالية:

1. المظاهر البيئية

- تعريف المظهر البيئي:

هو العنصر الناتج من أنشطة الشركة، منتجاتها، خدماتها، والذي له تأثير على البيئة، كما أن المظهر البيئي الذي يمكن أن يكون له تأثير هام على البيئة².

- تعريف التأثير البيئي:

هو التغيير الذي يحدث في البيئة سواء كان سيء أو مفيد، الناتج بشكل كلي أو جزئي من الأنشطة أو الخدمات التي تقوم بها الشركة³.

يجب أن تقوم الشركة بالمحافظة على الإجراءات بتحديد المظاهر البيئية لأنشطتها ومنتجاتها وخدماتها التي يمكن للشركة مراقبتها والمتوقع أن يكون لها تأثير هام على البيئة، كما تراعي الشركة تحديد المظاهر البيئية في مرحلة التخطيط للمشروعات أو تطوير الحالية منها.

2. المتطلبات القانونية و المتطلبات الأخرى

يجب على الشركة أن تنشط وتحافظ على إجراء لتحديد المتطلبات القانونية والمتطلبات الأخرى التي تهتم بالمظاهر البيئية الناتجة عن أنشطتها ومنتجاتها وخدماتها⁴.

¹ إسماعيل القزاز، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 75.

² - خالد مصطفى قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 230.

³ الموقع الإلكتروني ويكيبيديا ar.m.wikipedia.org/wiki، تاريخ الإطلاع: 25/03/2022، على الساعة: 17:50.

⁴ خالد مصطفى قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 231.

شكل رقم (02) : المظاهر البيئية



. تلوث الهواء

. تلوث سمعي

. تلوث المياه

• إنبعاثات هواء

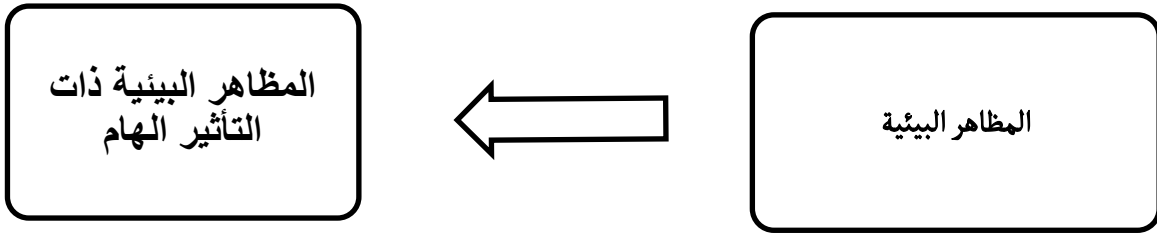
• ضوضاء

• صرف للمياه

• إدارة المخلفات الصلبة

• أي استخدامات للمواد الطبيعية

• والمواد الخام



المصدر: خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة و التنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 231.

• القوانين البيئية

• تقييم المخاطر المتوقعة

• أي معلومات متاحة عن الحوادث البيئية السابقة و الممارسات الحالية

يوضح الشكل السابق العناصر الناتجة عن أنشطة الشركة ومنتجاتها أو خدماتها مثل انبعاثات الهواء و صرف المياه

وغيرها التي تؤثر في البيئة بشكل كبير فتتحول من بقايا ومخلفات إلى تلوث يهدد البيئة.

3. الغايات و الأهداف

أشارت المواصفة إلى الغايات بكونها: الهدف البيئي الشامل الناشئ عن السياسة البيئية، والذي تسعى المنظمة نفسها لتحقيقه والقابل للقياس حيثما أمكن تنفيذه¹.

أما الهدف البيئي فهو: يشتق من الغاية البيئية و هو متطلبات أداء مفصل قابل للقياس حيثما أمكن تنفيذها وتطبيقها في المنظمة أو في أجزاء منها، وتحتاج إلى أن يتم تحديدها وتليتها لغرض تحقيق تلك الغايات البيئية².

وينبغي على المنظمة ان:

- توثقها وتحافظ على ديمومتها عند كل مستوى وظيفي؛
- مراجعتها باستمرار مع الأخذ بعين الاعتبار المتطلبات القانونية والمتطلبات الأخرى وجوانبها البيئية المهمة ومتطلبات أعمالها ووجهات نظر المهتمين بالبيئة؛
- المحافظة على توافق الأهداف والغايات البيئية مع السياسة البيئية؛

بدون الأهداف والغايات البيئية تظل السياسة البيئية مجرد شعارات غير مؤثرة، وهناك جملة عوامل ينبغي أخذها بعين الاعتبار عند رسم الغايات و الأهداف:

- أن تكون قابلة للقياس؛
- تقارير التقدم؛
- التمكن من السيطرة عليها؛
- الروابط للالتزام بالسياسة؛
- تخفيض تكلفة القياس؛

¹نزغي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 215.

²نفس المرجع، نفس الصفحة.

4- برامج الإدارة البيئية

تمثل برامج الإدارة البيئية الخطوة الأخيرة من خطوات التخطيط، حيث تقوم المنظمة بالتثبيت والمحافظة على برنامج لتحقيق أهدافها عن طريق¹:

- تحديد مسؤولية تحقيق الأهداف والغايات البيئية لكل مستوى وظيفي؛
- إطار زمني لتحقيق هذه الأهداف والغايات؛

رابعاً: متطلبات التنفيذ و التشغيل

يستدعي التنفيذ الناجح لنظام الإدارة البيئية التزاماً من قبل جميع العاملين في المنظمة و بذلك لم يعد اقتصار المسؤوليات البيئية على الأقسام البيئية بل أضحت أعمال المنظمة ككل لذلك جاءت جاءت مرحلة التنفيذ والتشغيل بسبع خطوات رئيسية محددة على وفق المواصفة².

1 - الهيكل و المسؤولية

- تحديد المسؤوليات و الواجبات و توثيقها و نشرها في المنظمة لأجل بناء إدارة بيئية فعالة؛
- توفير ممثل أو ممثلين عن الإدارة يمتلك إلى جانب مسؤولياته مسؤوليات أخرى محددة وسلطة لما يأتي:
- ضمان وضع متطلبات نظام الإدارة البيئية وتنفيذها و الحفاظ على استمرارها بما يتلاءم مع المواصفة الدولية ISO 14001
- رفع تقارير للإدارة العليا بشأن أداء نظام الإدارة البيئية من أجل مراجعتها أساساً لتحسين نظام الإدارة البيئية.

2- التدريب و الوعي و المنافسة

ينبغي للمنظمة أن تعمل على:

- تحديد احتياجاتها التدريبية؛
- وضع برامج خاصة للأعمال ذات التأثيرات البيئية الخطيرة ضمن برنامجها التدريبي؛
- وضع الإجراءات لزيادة الوعي لدى العاملين ل:

¹خالد مصطفى قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 234.

²إسماعيل القزاز ، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 75.

الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية

- أهمية تطبيق السياسة البيئية و بقية متطلبات نظام الإدارة البيئية؛
- المؤثرات البيئية الخطيرة المحتملة لأعمالهم و الفائدة المتوقعة في تحسين الأداء البيئي؛
- مسؤوليات و دور العاملين في تنفيذ السياسة البيئية و نظام الإدارة البيئية؛
- تخصيص الأفراد ذوي المستوى التعليمي المناسب والخبرة المناسبة؛

3- الاتصالات

ينبغي أن تضع المنظمة الإجراءات التي توضح:

- الاتصالات الداخلية بين جميع المستويات الإدارية الأفقية والعمودية؛
- استلام و توثيق الاستجابة للاتصالات من جانب المهتمين بشؤون البيئة؛
- ينبغي تحويل اهتمام المنظمة نحو توفير وسيلة لعمليات الاتصالات الخارجية وبالأخص فيما يتعلق بالمؤثرات البيئية الخطيرة؛

4- توثيق نظام الإدارة البيئية

في هذه الخطوة تعمل المؤسسة على المحافظة على معلوماتها مكتوبة ومحفوظة بشكل ورقي أو إلكتروني، يكون مستوى التفصيل في هذه الوثائق بالقدر الذي يوضح المحتوى الأساسي للاهتمام بالبيئي للمؤسسة. بالإضافة إل جعلها في متناول الجهات المعنية والمستفيدة بشكل مباشر، يمكن أن تشمل:

- دليل البيئة؛
- السجلات و المواصفات؛
- إجراءات و تعليمات العمل؛
- معلومات عن العمليات؛
- خطط الطوارئ للموقع؛

5- التحكم في الوثائق

على المنظمة أن تضع إجراءات ضبط جميع الوثائق الخاصة بنظام الإدارة البيئية للتأكد من:

- التواجد في الأماكن المحددة لها؛
- فحصها دوريا وتدقيقها حسب الحاجة؛

- إمكانية الحصول على إصدارات من الوثائق في المواقع التي تظهر حاجة لها؛
- إبعاد الوثائق الملغاة التي فقدت أهميتها فورا من المواقع والتأكد من عدم استخدامها؛
- حفظ الوثائق بأسلوب نظامي و قانوني وبتواريخ محددة؛
- تثبيت الإجراءات والمسؤوليات والمحافظة عليها من أجل التدوين والتعديل؛

6- التحكم في العمليات

تعد ضبط العمليات من المتطلبات الأساسية لتنفيذ نظام الإدارة البيئية وفيما ينبغي للشركة أن:

- تحدد العمليات والأنشطة التي ينجم عليها جوانب بيئية خطيرة التي يؤدي التقصير فيها إلى انحرافات عن السياسات والغايات والأهداف؛
- اشتراط مقاييس للعمليات ضمن الإجراءات؛
- وضع إجراءات تتعلق بالجوانب البيئية الخطيرة لمنتجات وخدمات المجهزين والمتقاعدين؛
- كما حددت المواصفة الأنشطة التي ينبغي للشركة ضبطها إلى ثلاث أنشطة:
- رقابة أنشطة الإنتاج لمنع التلوث والمحافظة على الموارد؛
- رقابة الأنشطة الإدارية الروتينية لضمان توافق المتطلبات التنظيمية الداخلية والخارجية والتأكد من كفاءتها وفعاليتها؛
- رقابة الأنشطة الإدارية الإستراتيجية للإستجابة لأي تغيرات محتملة في المتطلبات البيئية؛

7- الاستعداد و الاستجابة للطوارئ

يجب على أعمال المنظمات عدم التأكد لذلك على المنظمات أن:

- تضع وتحتفظ بإجراءات الحوادث المحتملة والإستعدادات لها والحد منها ومحاولة منعها؛
- مراجعة وفحص إجراءات الطوارئ الخاصة بها كلما كان ذلك ضروريا وعلى الأخص إثر وقوع حوادث أو حالات طارئة، كما تجري المنظمة دورية لهذه الأساليب؛

خامسا: الفحص و الأعمال التصحيحية

يعتبر الفحص والإجراءات التصحيحية من النشاطات الأساسية في الإدارة البيئية نظرا لأنها تضمن توافق أداء المؤسسة مع ماخطط له سابقا في السياسة البيئية.

1- الرصد و القياس

تعمل المؤسسة على رصد وقياس الخصائص الرئيسية للعمليات والأنشطة التي لها تأثير بيئي هام بين فترة وأخرى، وكذلك تسجيل المعلومات التي تساعد في الإجراءات الرقابية وصيانة معدات القياس، ثم في الأخير مقارنة الإجراءات الفعلية للأنظمة والشروط البيئية وتسجيل كل ما تم خلال هذه المرحلة وتوثيقها وحفظها¹.

2- عدم المطابقة و الإجراءات التصحيحية

على المؤسسة أن تكون على تأهب للكشف عن حالات عدم المطابقة الممكنة ومحاولة معالجتها في الوقت المناسب من خلال التزامها بما يلي²:

- تحديد أسباب عدم المطابقة؛
- تنفيذ أو وضع الإجراءات التصحيحية الضرورية؛
- تسجيل أي متغيرات في الأساليب المدونة الناشئة على الإجراءات التصحيحية؛

3- ضبط السجلات

إن المؤسسة ملزمة بتثبيت إجراءات معينة لتجديد والحفاظ على سجلات الإدارة البيئية، وتشمل هذه الأخيرة كل من سجلات التدريب و نتائج مراجعة نظام الإدارة البيئية والمراجعة الإدارية، كما تمكن من متابعة النشاط والسلعة أو الخدمة و يجب أن تحدد مدة الاحتفاظ بها³.

4- مراجعة و تدقيق منظومة الإدارة البيئية

يعد تدقيق نظام الإدارة البيئية عملية تحقق يقوم بها فريق تدقيق داخلي أو خارجي، تهدف إلى التقييم الموضوعي للنظام ومدى مطابقته لمتطلبات المواصفة إيزو 14001 من خلال الأدلة الموثقة والمشاهدة⁴.
يتم توجيه التدقيق إلى مايلي:

- المسؤوليات ومتطلبات تخطيط وإجراءات التدقيق ورفع التقارير والإحتفاظ بالسجلات المرافقة؛
- تحديد معايير التدقيق والمجال والتكرار؛

¹ برني لطيفة، مرجع سبق ذكره، ص 73.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

³ نزغي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 218.

⁴ إسماعيل القزاز ، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 79.

يهدف التدقيق إلى:

- تحديد فيما إذا كان نظام الإدارة البيئية؛
- مطابق للترتيبات المخططة لإدارة البيئة بما في ذلك متطلبات هذه المواصفة؛
- أنه مطبق و تتم المحافظة عليه بصورة ملائمة؛
- أن يزود النظام الإدارة بمعلومات نتائج التدقيق؛

سادسا: مراجعة الإدارة العليا

تعد مراجعة الإدارة المرحلة النهائية في نظام الإدارة البيئية إذ تلزم المواصفة المنظمة على¹:

- أن تقوم على فترات تحددها بمراجعة نظام إدارة البيئة للتأكد من استمرارية وملائمته وكفاءته وفعاليتها؛
- يجب التأكد من أن المعلومات اللازمة لتقوم النظام قد تم جمعها ويجب أن يتم توثيق هذه المراجعات؛
- تؤدي مراجعة الإدارة إلى تغيير في السياسة والأهداف وباقي عناصر إدارة البيئة على ضوء نتائج مراجعة نظام إدارة البيئة والتزام الإدارة بالتحسين المستمر في نظام إدارة البيئة؛
- تتم مراجعة الإدارة العليا على فترات تحددها من أجل التحسين المستمر لنظام إدارة البيئة والتأكد من استمرارية فعاليتها، تتم في هذه المراجعة تقييم نظام الإدارة البيئية؛

المطلب الثالث: مراحل تبني نظام الإدارة البيئية ISO 14001

إذا توفرت المؤسسة على المتطلبات الأساسية لغرض الإشهاد وفق إيزو 14001 يمكنها الحصول على شهادة مطابقة من هيئة مختصة، إن عملية الحصول على هذه المطابقة لا تتم بطريقة عشوائية بل تتطلب الكثير من الجهد والوقت مروراً بالعديد من المراحل المترابطة فيما بينها.

أولاً: مرحلة الإعداد و التحضير

تعتبر مرحلة التحضير أول مرحلة لطريقة الإشهاد مع مواصفة إيزو 14001، لذلك تحتاج المؤسسة إلى اللازمة التي تساعد على المطابقة مع المواصفة المذكورة، ثم تحاول وضع سياسة بيئية تكون بمثابة المرجع الذي يعود له الجميع في نشاطاتهم².

¹ عبد الكريم خليل، مرجع سبق ذكره، ص 70.

² -خالد مصطفى قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 245.

من هذا المنطلق يعتبر جمع المعلومات أول شيء تقوم به المؤسسة وهو عنصر جد مهم من خلال توفير الوثائق الموجودة في المؤسسة التي هي ذات أهمية بالغة ولذا يجب أن تكون هذه الوثائق واضحة ومقروءة ومؤرخة ومحفوظة بشكل ملائم والوثائق البيئية التي تبحث عنها المؤسسة قد تكون داخلية أو خارجية حيث يتم البحث عنها في الأرشيف إذ يقوم كل فرد من أقسام المؤسسة بتصنيف الوثائق التي بحوزته وتقديمها عند الحاجة إليها ثم تقوم المؤسسة بصياغة السياسة البيئية ومن أجل ذلك أفضل طريقة هي تنظيم والقيام بنشاط صريح لمسؤولي المؤسسة بتنفيذ تحليل أولي للبيئة واستراتيجياتها البيئية ثم تحرير النهائي والتحقق من انسجامه مع إستراتيجية المؤسسة و السياسات الأخرى وكذلك تحديد الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة.

من المهم أن يكون مضمون السياسة البيئية ثري وسهل الإستيعاب من قبل أفراد المؤسسة والأطراف ذات العلاقة، حيث يتم جمع العناصر المتوصل إليها في النقاش في وثيقة واحدة لكن لا ينبغي اعتبار هذه الوثيقة بأنها نهائية لأنها ضيقت قبل التحليل المعمق للجوانب البيئية.

ثانيا: مرحلة معرفة المتغيرات البيئية وتخطيط عملية التحسين

تعتبر معرفة المتغيرات البيئية المرتبطة بنشاطات المؤسسة مرحلة جد هامة لأنها تسمح بتوفير عناصر التحسين الممكنة لتخفيض التأثيرات الناتجة عن المؤسسة¹.

1- التشريع البيئي

من خلال هذا العنصر تريد المؤسسة معرفة المتطلبات القانونية التي تخضع لها ومتابعة تطورها والتحقق منها مع سلطات المراقبة الخارجية، والتأكد من وصولها لكل الأطراف ذات العلاقة من خلال تعيين مسؤول يسهر على استخلاصها و نشرها.

2- التحليل البيئي

للقيام بالتحليل البيئي يتطلب على المؤسسة تحديد الجوانب البيئية لنشاطها، ثم التأثيرات الناتجة عنها ومحاولة تخفيضها إلى أقصى حد ممكن.

إن العلاقة التي تجمع بين الجانب البيئي والأثر البيئي الناتج عنه هي علاقة السبب و النتيجة وقد عرفتها مواصفة الإيزو 14001:

¹إسماعيل القزاز ، عادل كوريل، مرجع سبق ذكره، ص 109.

- الجانب البيئي: هو جانب من جوانب نشاطات المنظمة كالسلع والخدمات التي تتفاعل وتتداخل مع البيئة.
- الأثر البيئي: هو أي تغيير في البيئة سواء كان سبباً أو مفيد الناتج بشكل كلي أو جزئي من الأنشطة و المنتجات أو الخدمات التي تقوم بها الشركة.

3- تحديد الأهداف و مرامي التحسين

كل جانب بيئي بارز وكل تأثير ناتج عنه يحدد التفاعل بين المؤسسة و البيئة الهدف هو تخفيض هذا التفاعل وفعاليتها تكمن في تحديد الأهداف الواقعية لتحسين الأداء البيئي المرتبطة بهذه الجوانب والتأثيرات¹.

تعرف مواصفات الإيزو 14001 كل من الهدف البيئي والمرمى البيئي كالاتي :

- **الهدف البيئي** : هو الغاية البيئية الشاملة التي تنشأ من السياسة البيئية التي تضعها المؤسسة بنفسها وتعمل المنظمة على التحقيق فيها إذا هذه الأهداف مقاسة وقابلة للممارسة أم لا.
- **المرمي البيئي** : هو متطلبات الأداء البيئي التفصيلي الذي يمكن قياسها إذا كانت قابلة للممارسة والتطبيق في المنظمة أو في الأطراف والجهات التي تحددها الأهداف البيئية .

4- البرنامج البيئي:

يتعلق الأمر بتخطيط الأعمال لتجسيد الإرادة المعبر عنها في السياسة البيئية في الواقع بحيث يتم وضع جدول زمني وتحديد المسؤولين ذوي الكفاءة وكذلك التدابير المتخذة والميزانية الخضراء المخصصة للمشروع (الموارد المخصصة للمشروع، موارد بشرية، موارد تقنية و مالية) وكل ذلك لبلوغ الأهداف المخطط لها.

ثالثاً: مرحلة تنفيذ نظام الإدارة البيئية

إذا نفذت المؤسسة هذه المرحلة بالشكل الصحيح تستطيع تحقيق تدقيق الإشهاد من طرف هيئة خارجية للحصول على شهادة الإيزو 14001².

1- التسيير التشغيلي للأنشطة

إن تبني نظام الإدارة البيئية يتطلب تسيير نشاطات المؤسسة بالشكل المطلوب من أجل الالتزام باحترام البيئة وتخفيض تأثيرات نشاطها على البيئة³.

¹برني لطيفة،مرجع سبق ذكره، ص 85.

²حالد مصطفى قاسم،مرجع سبق ذكره، ص 247.

³برني لطيفة،مرجع سبق ذكره، ص 86.

تقوم المؤسسة بتحديد وثائقها المرتبطة بالتسيير التشغيلي استنادا لمعطيات التحليل البيئي لمستوى تحكم يجب أن تكون هذه الوثائق بسيطة و سهلة الفهم لجميع الأفراد حتى تمكنهم الأخذ بعين الاعتبار المعايير البيئية في تنفيذ مختلف وظائفهم، كما تمتد العملية لتشمل العلاقات الموردين والمتعاقدين من الخارج، ولا تقتصر في التحكم في الوضعيات العادية بل تتعدى إلى القدرة على رد الفعل في الحالات غير العادية والوضعيات الإستعجالية.

2- متابعة الأداءات البيئية

إن التقييم البيئي على درجة كبيرة من الأهمية في البرنامج البيئي لذلك فإن مواصفة الإيزو 14001 وضعت وسائل عمل لتقييم الأداء البيئي¹.

3- نظام القياس و المراقبة

تقوم المؤسسة بنهج نظامي لقياس ومراقبة أداءها البيئي على أساس منظم وتحديد الخصائص الأساسية للعمليات والأنشطة التي يمكن قياسها وتصاغ نتائج ذلك القياس والمراقبة في وثيقة أو أكثر مفسرة وتدعى ببرامج القياس والمراقبة².

4- تحليل دورة الحياة و الجرد البيئي

هي أداء تحليلية لتقدير قيم الآثار البيئية الناشئة عن عملية الإنتاج بدءا من استخراج المواد الأولية حتى ظهور المنتج أو المنتجات وما يصاحب ذلك من مخلفات³.

يتطلب فهم دورة حياة المنتج تحديد:

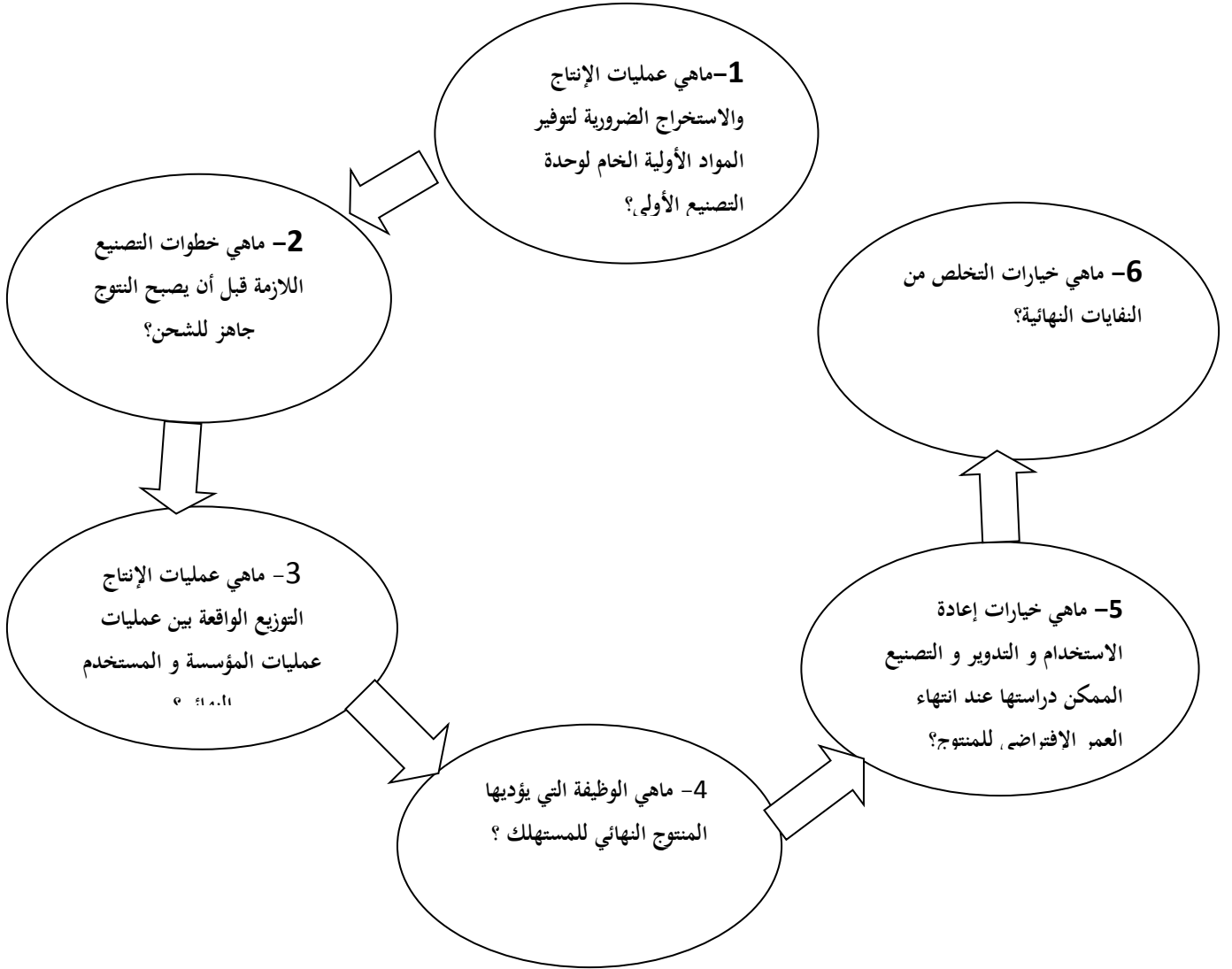
- عمليات الإنتاج والاستخراج الضرورية لتوفير المواد الخام لوحدة التصنيع الرئيسية الأولى؛
- خطوات التصنيع اللازمة قبل أن يصبح المنتج جاهز للشحن؛
- عمليات الإنتاج والتوزيع الواقعة بين عمليات المؤسسة والمستخدم النهائي؛
- الوظيفة التي يؤديها المنتج النهائي للمستهلك؛
- خيارات إعادة الاستخدام والتدوير والتصنيع الممكن دراستها عند انتهاء العمر الإنتاجي للمنتج؛

¹- برني لطيفة، مرجع سبق ذكره، ص 87.

²- إسماعيل القزاز ، عادل كوريل، مرجع سابق، ص 114.

³- خالد مصطفى قاسم، مرجع سابق، ص 249.

الشكل رقم (03): دورة حياة المنتج البيئي



المصدر: كلود فوسلر، بيتر جيمس، ترجمة علاء أحمد صلاح، إدارة البيئة من أجل جودة الحياة، مركز الخبرات الفنية للإدارة، مصر، 2001، ص 90.

يتضح لنا من خلال الشكل أن الجرد البيئي يسمح بالدخول في تفاصيل عمليات الإنتاج للمؤسسة من أجل المعرفة الجيدة بالتأثيرات البيئية الناتجة وإنعكاساتها والذي يوفر مساعدة هامة ليس فقط لقياس الأداءات البيئية و لكنه يسمح بأخذ نظرة شاملة للتأثيرات البيئية للمنتج أثناء كل دورة حياة.

5- مؤشرات الأداء

إن مؤشرات الأداء تدخل في جميع مراحل التحليل البيئي كاتخاذ القرارات وتحديد استراتيجية الإدارة البيئية لذا لا بد من اختيار جيد للمعايير المرتبطة بالسياسة البيئية و الجوانب البيئية البارزة والأهداف الواردة في البرنامج البيئي¹.

تصنف هذه المؤشرات إلى أنواع أهمها:

- مؤشرات الظروف البيئية: تختص مختلف الظروف المحيطة بالمؤسسة (محليا و إقليميا و عالميا).
- مؤشرات الأداء البيئي: وهي تخص الإدارة العليا التي ترتبط بالسياسات والقرارات التي تخص البيئة.

كذلك على مستوى العمليات (المدخلات والعمليات الإنتاجية والمخرجات، المخلفات) وتأثيرها على البيئة.

تعتبر هذه المؤشرات أيضا أدوات اتصال داخلي إذا اشتغلت بالشكل المطلوب لذلك من الأفضل عرضها في شكل سهل وبسيط تلخص فيما يسمى "لوحة القيادة" والتي من خلالها يتم تصحيح الأداء البيئي لعمليات المؤسسة.

6- الإتصال البيئي

إن المؤسسة مطالبة في مجال الإتصال البيئي أن تضع أسلوبا معينا للتلقي والتوثيق والإستجابة والإستعلام بين الأطراف المعنية سواء كانت داخلية أو خارجية للمعلومات المتعلقة بالجوانب البيئية ذات التأثير الهام وتسجيل قراراتها، فالإتصال البيئي يتم من خلال نقل الرسائل إلى الأطراف المعنية، حيث يجب أن يكون هذا النقل إلى كل فئة تريد المؤسسة استهدافها وبالتالي لا بد من تحديد أدوات الإتصال الضرورية الخاصة بكل فئة مستهدفة، فمن خلال الإتصال البيئي يتم عرض السياسة البيئية للمؤسسة والبرنامج البيئي، كما يسهم بشكل كبير في تلميع صورة المؤسسة في التحكم في التأثيرات على البيئة، ولإيصال المعلومات بشكل جيد ولتسيير أفضل للإتصال البيئي نحو الخارج تضع المؤسسة مسؤول على الإتصال الخارجي الذي يراقب هذا النشاط بحيث يكون متاح في كل وقت².

¹-موسى عبد الناصر، رحمان أمال، الإدارة البيئية و آلية تفعيلها في المؤسسة الصناعية، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، جامعة بسكرة، العدد 04، الجزائر، 2008، ص 88.

²المرجع نفسه، ص 89.

7- تكوين و توعية الموظفين و العاملين

بمقدار توفر أفراد لهم المعلومات الكافية ولديهم الوعي اللازم بالمجهودات التي تنتظرهم فيما يخص البيئة، وإذا كانوا محفزين بالشكل اللائق ستحدد الأهداف الإستراتيجية بشكل أفضل وسيكون العمل أسهل خاصة إذا تم تكوينهم بشكل مطلوب.

تثبت المؤسسة للمدقق من خلال تكوين وتحسين الأفراد أنها تمتلك فريق مهيكّل لممارسة هذا النشاط لذلك من المهم تقييم احتياجات نظام الإدارة البيئية من التكوين والكفاءات الضرورية لذلك¹.

رابعاً: مرحلة الإستعداد للإشهاد

إن الإستعداد لتدقيق الإشهاد هي آخر مرحلة من المسعى البيئي والتي تتكون من عناصر أساسية هي: التدقيقات الداخلية ومراجعة الإدارة العليا وماقبل التدقيق وتدقيق الإشهاد².

1- التدقيقات الداخلية

يتوجب على المؤسسات القيام بتدقيقات داخلية دورية بغية التأكد من فعالية نظام الإدارة البيئية وبالتالي توفر الإدارة معلومات لتفعيل نشاطات التحسين المتواصل والأداء البيئي.

عند نهاية التدقيق من المستحسن عقد حصة قصيرة مع مسؤولي الوحدات حتى تقدم لحالات عدم المطابقة الظاهرة ويتم فحص مجموع الأعمال التصحيحية التي شرع فيها وإمكانية تنفيذها، كما ينبغي تدوين التدقيق الداخلي في وثيقة نهائية تدعى تقرير التدقيق الذي صار له قبولاً من قبل مسؤولي الوحدات التي تم تدقيقها نهاية التدقيق، ويجب نقل تقارير التدقيق إلى مسؤول نظام الإدارة البيئية وإلى الأطراف ذات العلاقة كما يتعين على الإدارة تعليق إعلانات نتائج التدقيق كاملة.

2- مراجعة الإدارة العليا

تعمل المنظمات التي وضعت حماية البيئة ضمن أهدافها الإستراتيجية على التأكد من فعالية وحيوية نظامها البيئي وذلك للتأكد مما إذا كان إستخدامه يتم كما هو مخطط وما إذا كان يتم تطبيقه فعلاً³.

¹ سمير عمري، أيمن زيد، نظام الإدارة كآلية لتطوير الأداء الإستراتيجي بالمؤسسات الصناعية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 07، العدد 06، الجزائر، 2008، ص 625.

² إسماعيل القزاز، عادل كوريل، مرجع سابق، ص 120.

³ المرجع نفسه، ص 121.

الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية

تتم هذه العملية من خلال ما يسمى بالمراجعة البيئية، تحدد هذه المراجعة كذلك مدى التزام المنظمة بالقوانين والتشريعات التي تهدف إلى حماية البيئة وكذلك مختلف عناصرها وأن المنظمة لا تساهم في تلوثها بشكل أو بآخر.

تهدف المراجعة البيئية إلى:

- التأكد من أداء الوحدات المختلفة بالمؤسسة وكفاءتها في إدارة العمليات والموارد الأولية والبشرية والأنشطة البيئية بما يحقق الكفاءة والفعالية؛
 - زيادة اهتمام الإدارة البيئية ووعيها بالأداء البيئي؛
 - ترشد القرارات المتعلقة بالبيئة التي تتخذها المؤسسة؛
 - فحص مدى التزام المؤسسة بمعالجة التأثيرات السلبية على البيئة من خلال أنشطتها؛
 - التقليل من المخاطر البيئية المحتملة ومحاولة معالجتها؛
 - التأكد من الالتزام بنظم الإدارة البيئية ونظم رعاية الصحة والسلامة البيئية؛
 - مساعدة الإدارة على التنبؤ بالمشاكل البيئية بدلا من التفاعل البسيط معها ولفت انتباهها إلى المتطلبات البيئية؛
 - المساهمة في إدارة المخاطر البيئية والتعرف على الأسباب التي قد تعوق تحقيق المستوى المطلوب للأداء البيئي وتحديد الإجراءات الواجب اتخاذها وتقديم التقرير لإدارة المؤسسة؛
- بعد قيام الإدارة العليا بالمراجعة البيئية يكون بإمكان المؤسسة التزود بمحاور التحسين البيئي الأساسية وتسخير الوسائل الضرورية لذلك وعادة ما يحضر مراجعة الإدارة مسؤول نظام الإدارة البيئية الذي يقوم بجمع المعطيات المرتبطة بالأداءات البيئية المحققة.

3- ماقبل التدقيق و تدقيق الإسهاد

ويشمل كل من¹:

- اختيار نظام الإدارة البيئية من خلال التدقيق الأولي: يقصد بالتدقيق الأولي القيام في مرحلة ماقبل التدقيق الإسهادي بالتحقق الكامل بأن نظام الإدارة البيئية مطبق، و التدقيق الأولي هو سيلة من وسائل التسيير الداخلي والسيطرة الآتية التي تسمح بتحسين بعض الممارسات الداخلية المتعلقة بالمطابقة، كما يمكن المدقق

¹دحمون فوزي، غمام مراد، أهمية المراجعة البيئية في تطوير الأداء البيئي في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2014، ص 26.

الخارجي الخارجي التعرف أكثر على المؤسسة والمتحلين في المشروع، والتمكن من اكتياف عناصر التحسين الممكنة التي تضمن نجاح المشروع.

إذا نفذت المؤسسة التدقيق الأولي فإنها تمتلك المعلومات الكافية لوضع نظام الإدارة البيئية وجعله متطابق مع مواصفة الإيزو 14001.

- **تدقيق الإشهاد:** إن الحصول على شهادة الإيزو 14001 يتطلب تحقيق رسمي حول نظام الإدارة البيئية للتأكد من توافقه مع متطلبات المواصفة المذكورة وهذا التدقيق يسمى تدقيق الإشهاد.

يجرى الإشهاد على مرحلتين:

- **تدقيق المرحلة الأولى:** من أجل التأطير الجيد لممارسات التدقيق و تجنب أي تجاوزات أطلقت المنظمة العالمية للتقييس في سنة 2002 مواصفة الإيزو 19011 لتدقيقات أنظمة تسيير الجودة والبيئة بحيث لا تحدد المواصفة معايير أو محتوى التدقيق بل تضع فقط عريضة تعلق بمبادئ و برامج ونشاطات وعمليات تدقيق نظام الإدارة البيئية.

وإذا أثبتت المؤسسة تمكنها من التحكم في هذه العناصر تمر إلى المرحلة الثانية:

- **تدقيق المرحلة الثانية:** الذي يتعلق بالإنسجام بين السياسة البيئية و التحليل البيئي و الأهداف و برامج التحسين والتأكد من تطبيق وتنفيذ نظام الإدارة البيئية على جميع المستويات وكذلك فعاليته انطلاقاً من السياسة البيئية حتى المراجعة من الإدارة.

يطلب المدقق من المؤسسة أن تقدم له من يرافقه عند التدقيق حتى تكون له دراية بسير أنشطة المؤسسة، كما تمكن عملية التدقيق من تحديد واقع الممارسات المنظمة هل هي متوافقة مع متطلبات مواصفة الإيزو 14001 أم لا؟ ويوفر للإدارة العليا المعلومات الضرورية من أجل اكتشاف عناصر عدم المطابقة ويحاول تصحيحها بأكثر سرعة ممكنة دون الحاجة إلى الأعمال التصحيحية مقارنة بتعليمه حددت من قبل (متطلبات مواصفة الإيزو 14001) وفي حال وجود عدم تطابق تمر إلى الأعمال التصحيحية، حتى الوصول إلى الشروط المرغوبة.

تتم إدارة التدقيقات الداخلية بواسطة مسؤول نظام الإدارة البيئية، ثم تنفذ من قبل المدققين الخارجيين فكلما زاد عدد المدققين الداخليين كلما كان التدقيق فعال.

الفصل الأول: مدخل إلى نظام الإدارة البيئية

من المستحسن أن يتم تسخير لكل مصلحة أو وحدة تشغيلية مدقق ويتم تجميع هؤلاء المدققين في فرق، حيث يتم تدريبهم على تقنيات التدقيق من قبل المستشار الخارجي أو مسؤول المشروع خلال لقاء أو لقاءين، إلا أن اكتساب هذه الخبرة لا يتم إلا في الميدان.

يتطلب إنجاز التدقيق الداخلي منهجية عمل محكمة حتى تتفادى المؤسسة تضييع الوقت وهدر الموارد والرفع من فعاليته والتي تنطلق من التخطيط ثم التنفيذ وبعد ذلك التقارير ومن ثم عملية التسجيل ويتم التحضير من خلال تحديد تحديد عناصر التدقيق وتوقيت التدقيق و وضعها في إستمارة لإعلان التدقيق ، كما ترسل هذه الوثيقة إلى مسؤول وحدة التدقيق للإعلام والإتفاق بشأنه.

يمكن لفريق التدقيق الآن مباشرة مهامهم بحيث يقوم المدقق بإخبار سير نظام الإدارة البيئية في وحدات و مصالح المؤسسة و احتمال اكتشاف نقائص أو إمكانات تحسين يجب صياغتها في وثيقة أو استمارة أعدت من قبل.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق إليه من خلال ماتم التطرق إليه فإن البيئة بصفة عامة تمثل الوسط الحي الذي يعيش فيه الكائن الحي حيث يتأثر هذا الوسط بمكونات النظام البيئي ويؤثر فيه كما أن للمؤسسات بيئة عمل تتضمن مجموعة من المتغيرات التي تتفاعل في ما بينها تحتوي على مشاكل بيئية تتطلب إدارة بيئية تحكمها حسب نظام الإدارة البيئية ISO14001 الذي يعتبر من المفاهيم الإدارية التي تعني إدماج الاهتمامات البيئية داخل المؤسسات، حيث تهدف هذه المواصفة إلى تدعيم عملية حماية البيئة ومنع التلوث أو توازنه مع الحاجات الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى تسهيل عملية التطبيق من خلال جمع متطلبات المواصفة وتحديد شكل متزامن ودراساتها في أي وقت.

الفصل الثاني: الصورة الذهنية

- المبحث الأول: أساسيات حول الصورة الذهنية
 - المبحث الثاني: كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور
 - المبحث الثالث: إدارة وتصميم الصورة الذهنية
-

تمهيد:

تعتبر الصورة الذهنية على واقع المؤسسة وكل ما يصدر عنها، من سياسات وقرارات وتصرفات وعلاقات تتمكن من خلالها المؤسسة تحقيق أهدافها والظهور أمام زبائنها بأحسن صورة، وتلعب صورة المؤسسة دورا كبيرا في نجاحها أو فشلها وهذا حسب ردود أفعال الزبائن الذين يتأثرون. ويؤكد الكثير من الباحثين بأن لهذه الأخيرة دور أساسي في تحسين الصورة.

ومن هذا المنطلق، وباعتبار أن صورة المؤسسة تعبر عن واقع المؤسسة اليوم وكيفية رؤية الزبائن لها، ارتأينا في هذا الفصل تسليط الضوء على بعض المفاهيم التي من خلالها يمكن التعرف على المعنى الحقيقي لصورة المؤسسة، ومكوناتها، وأهم الخصائص التي تتميز بها، وكذا أهم التقسيمات التي وضعت لها. ومدى تأثير هذه الصورة على المؤسسة أولا باعتبارها المستفيد الأول لتحسين صورتها، وعلى الزبون ثانيا كونه صاحب العلاقة والمؤثر الأول في تكوين هذه الصورة.

ومن خلال هذا الفصل ستطرق لأساسيات حول صورة المؤسسة من خلال تناولنا ما يلي:

- ❖ مفهوم الصورة الذهنية
- ❖ كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور
- ❖ إدارة وتصميم الصورة الذهنية

المبحث الأول: أساسيات حول الصورة الذهنية

يعتبر مفهوم صورة ذهنية من بين المفاهيم الحديثة في إدارة المؤسسات الحديثة، وبغرض تقديم نظرة أولية حول هذا المفهوم سوف نتطرق في هذا المبحث إلى أهم العناصر التي من شأنها إيضاح معنى صورة المؤسسة. وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى مفهوم الصورة الذهنية وخصائصها وأهميتها وأهدافها وأسباب الاهتمام بها وأنواعها بالإضافة إلى أبعادها ومكوناتها.

المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية

أولاً: تعريف الصورة الذهنية

يعتبر مفهوم الصورة الذهنية من المفاهيم التي اختلفت في تقديمها باختلاف المجالات والفلسفات، فهو مفهوم له جانبه الفلسفي والنفسي والاجتماعي والاتصالي الإعلامي وأيضاً الاقتصادي لربطه بالمؤسسة. وبالتكوينية فهو ينطلق من "الصورة" ويرتبط بانعكاسها أو تواجدها أو تكوينها في الأذهان، لتولد صعوبة كبيرة في بناءها، إدارتها وقياسها سواء بالنسبة للفرد أو المؤسسة. ولتعريف الصورة الذهنية نحتاج تفكيك المفهوم إلى "الصورة" و"الذهن" لغة للوصول إلى التعريفات الاصطلاحية.

التعريف اللغوي للصورة: تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وهي تعني أيضاً (الصَّوْر بكسر الصاد) لغة في الصور جمع صورة، وصوِّره تصويراً فتصوره وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي. والصورة أيضاً ظاهر الشيء وهيئته وحقيقته الشيء وصفته أما التصور فهو مزود الفكر بالصورة الطبيعية التي سبق أن شاهدها والفعل بها ثم اختزنها في مخيلته وأما التصوير فهو إبراز الصورة إلى الخارج بشكل في، فالتصور إذن عقلي أما التصوير فهو شكلي، إن التصور هو العلاقة بين الصورة والتصوير، وأداته الفكر فقط، وأما التصوير فأداته الفكر واللسان واللغة.

أما مفردة "الذهنية" فإنها تشير إلى الذهن، والذهن هو العقل. وتبعاً لهذا التعريف اللغوي اختلفت عديد الدراسات في مختلف المجالات بين من جعل الذهن بنفس معنى العقل، وبين دراسات فرقت بين المفهومين من حيث طبيعة المدركات الملموسة والمجردة. فيرون أن الذهن ملكة ربط التصورات الحدسية بمبدأ السبب الكافي، أما العقل فهو قوة معدة لاكتساب التصورات الجزأة وترتيبها وجمعها في الأحكام والاستدلالات. وبهذا فإن الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي عن طريق إنشاء العلاقات.

ومن ذلك الجمع بين مفردتي الصورة والذهن أو الذهنية يؤدي إلى الصورة الذهنية لغويا بكونها صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره، يكونها ذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء. وتعني انطباع صورة الشيء في ذهن أو بتعبير أدق: حضور صورة الشيء في ذهن¹.

اصطلاحاً:

يعد العالم "جرهام دلاس" أول من أوجد مصطلح الصورة الذهنية وذلك عام 1908، حيث أشار في كتابه "الطبيعة البشرية و السياسية" إلى أن الباحثين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عند الثقة في مرشح ما، حيث قصد بجملة تكوين شيء مبسط إن الناخبين تتكون لديهم صورة في أذهانهم حول المرشح الذي يختارونه يعتمدون عليها في تحديد توجههم².

وبدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية Image مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، كمصطلح له علاقة بالمنشآت التجارية، لكن ما لبث أن استخدم في المجالات السياسية والإعلامية والمهنية المختلفة³.

يعرف "علي عوجة" الصورة الذهنية بأنها الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من الحرية المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، ولكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم⁴.

الصورة الذهنية تعني الخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة وغير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة ويشكل هذا الخزين مصدرا من المصادر العملية العقلية (التفكير) والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء وعادة ما يكون ذلك التخزين المتراكم من الصورة الذهنية مشحونا بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية⁵.

¹ فاطمة همال، إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2021-2022، ص 63-64.

² محمد منير حجاب، الاتصالات الفعالة للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 167.

³ كمال لحم، صورة المجتمع الجزائري في *la revue africane 1856-1962*، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص 76.

⁴ علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2003، ص 12.

⁵ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2014، ص 56-57.

الصورة الذهنية هي استحضار ذهني لإدراك شيء أو حدث قابل للبقاء عبر الزمان والمكان ليعاد إحيائه نتيجة وقوع إثارة ما، ويقصد به في هذه الدراسة صورة معينة في أذهان الزبائن حول سلعة أو خدمة أو علامة تجارية موجهة للسلوك الشرائي مشكلة اتجاهات إما سلبية أو إيجابية¹.

ويعرف "هولستي" الصورة الذهنية بأنها مجموعة معارف الفرد، ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل الذي يحتفظ بها الفرد وفقا لنظام معين عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه، وهي تعني كل المعلومات التي يخزنها الفرد في ذكرياته ولكنها مرتبة وفقا لبعض الأسس (التفضيل والتمييز)، وذلك لأن الصورة الذهنية تعني تحديد بعض معالم الشيء المراد صنع صورة له في الذهن، وهو ما يعني تفضيل وتمييز جوانب بعينها للاحتفاظ بها في الذاكرة². ويعرفها "سليمان صالح" بأنها مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور، ويبنى على أساسها مواقف واتجاهاته نحو الدولة أو المنظمة أو الجماعة، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر، أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية، وتشكل ملامح وسمات الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها، وأعمالها والقيم الأساسية التي تبناها³.

ويعرفها "بولندك" بأنها نتيجة لكل تجربة الماضي لمالك الصورة الذهنية منذ ولادته أو حتى قبل ذلك، ثم يبدأ الإنسان بعدها بادراك نفسه جسما في وسط عالم الأشياء، ويكون هذا بداية التصور الذي يمكن وصفه بالإدراك⁴.

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن الصورة الذهنية هي مجموعة من الانطباعات والادراكات التي يكوها ويخزنها الأفراد عن شيء ما ويتم استحضارها نتيجة للتعرض لمجموعة من المؤثرات وقد تكون عقلية صادقة أو كاذبة وتختلف من فرد لآخر.

¹ علي محمد الخطيب، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 12.

² جالو جينونو أحمد، الفضائيات المتخصصة والصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 75.

³ زين أكرم النوافلة، الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2020، ص 11.

⁴ نفس المرجع، ص 12.

هناك العديد من السمات والخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية، وهي كالتالي:

- **عدم الدقة:** ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، والسبب في ذلك هو أن الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، بل تعد تبسيطا للواقع، كما أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي، لاسيما وأن الأفراد عادة ما يلجأون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.
- **المقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التغيير المحتمل في الصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.
- **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية.
- **تؤدي إلى الإدراك المتحيز:** تؤدي الصور الذهنية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى الأفراد، فالصور الذهنية تبني أساسا على درجة من درجات التعصب، لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، نتيجة إهمال جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم، ولا تتسق مع اتجاهاتهم.
- **التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة.
- **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصوره الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صورا عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، بل وتمتد الصور التي يكونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكون صورا ذهنية عن الماضي، ويكون صورا ذهنية عن الحاضر، بالإضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صورا ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة، وفقا لمعارفه ومدركاته ومشاهداته إضافة إلى قدرته على التخيل والاستنتاج¹.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الصورة الذهنية

¹ عبد الله مصطفى عبد الله الفراء، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين، قدم هذا البحث استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2018، ص14.

إن أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات بشكل عام تشكل عاملاً مهماً وحيوياً في تسويق أهداف المؤسسة في أداء رسالتها، وإن أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات ومدى قدرتها على البقاء والنمو يعتمد على التسويق والتمويل، فالهياكل المدنية ستبقى عاجزة عن تحقيق رسالتها وأهدافها لخدمة المجتمع عندما لا يتوفر الدعم والتمويل اللازم لأنشطتها وبرامجها وخاصة في ظل تناقص المؤسسات على جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقتهم ودعمهم، ولا يمكن لأي مؤسسة التنازل عن صورتها الذهنية لدى الجمهور والسعي لبناء سمعة طيبة لها، فإن أهملت المؤسسة ذلك فإن الجمهور سيبنى انطباعاته تجاه المؤسسة على ما يتم تغذيته من معلومات من مصادر أخرى، وبشكل عام فإن أبرز العوائد والفوائد التي تجنيها الصورة الذهنية ما يلي¹:

- زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة؛
- جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات وزيادة تمويل برامجها وأنشطتها؛
- استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة؛
- توليد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة في نفوس أعضاء المؤسسين والعاملين؛
- زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع.

ثانياً: أهداف الصورة الذهنية.

تهدف المؤسسات من وراء تكوين صورة لها في أذهان الجماهير إلى ما يلي:

- بناء إستراتيجية للصورة الذهنية في المؤسسة تسعى في البداية إلى إضفاء المشروعية على المؤسسة بمعنى إعطاء المؤسسة حقوق لم تكن تتمتع بها من قبل، بالإضافة إلى جعلها عنصراً فاعلاً في المجتمع كما قلنا سابقاً، وحتى هذه المشروعية تجعلها معروفة لدى الجمهور بمعنى التعريف بالمؤسسة لدى الجمهور؛
- القضاء على الإشاعات التي يتم ترويجها عن المؤسسة، فالتركيز عن الاتصال عن طريق الصورة ينهي الإشاعات سواء كانت داخلية أم خارجية وتعيد للمتعاملين ثقتهم في المؤسسة، وتحقيق أهداف مالية من خلال زيادة المبيعات، فالهدف الرئيسي للمؤسسات يبقى دائماً هو تحقيق الربح؛
- تهدف سياسة الصورة إلى توسيع مجال النشاط، أو حتى تغييره، وهنا يكون الاعتماد على الصورة كأداة لتوصيل الرسالة وخاصة من خلال إمضاء المؤسسة أو حتى مساهمتها في النشاطات الثقافية والاجتماعية؛

¹ حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط2، دار أسامة والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 116-117.

وفي الأخير يمكن القول أن الصورة الذهنية تعتبر أهم العناصر التي تستند عليها المؤسسة في الاتصال مع الجماهير، وإيصال الرسالة المناسبة لهم، إن لم نقل أساسا لا يمكن الاستغناء عنه لتحقيق شرعيتها أمام المنافسة والسلطة والحكومة وكل المجتمع المدني، بحيث أن المؤسسة ترتقي من مجرد المعاملات التجارية إلى خطاب عنوانه التضامن، وهو ما يجعلها عنصرا فاعلا اجتماعيا وسياسيا وليس اقتصاديا فقط¹.

المطلب الثالث: أنواع الصورة الذهنية وأسباب الاهتمام بها

أولا: أنواع الصورة الذهنية:

للصورة الذهنية للمؤسسة طرفان يتعلقان بها هما " المؤسسة " و " الجماهير " وباعتبار أن الصورة الذهنية هي تصور ينطبع ويدرك في أذهان الجماهير عن المؤسسة، فإن المختص قد قدموا عددا من التصنيفات للصورة الذهنية للمؤسسة، فيها ما اختص بالصورة الذهنية للمؤسسة والمضامين الإعلامية والأشخاص، ومنها ما رصد للمؤسسة فقط. ووفقا لذلك صنفت الصورة الذهنية إلى:

1. **الصورة المرآة:** ويقصد بها انعكاس الصورة في أذهان عملاء المؤسسة نفسها وخاصة قادتها، وتكون بداية للانطباع الذي يتخذه العملاء الخارجيون عن المؤسسة فيما بعد، ويجب أن يوضع في الاعتبار عند إجراء أبحاث الصورة الذهنية أو الرأي العام وجود اختلافات، وتعارض في عملية الإدراك والوعي بالصورة الذهنية.
2. **الصورة الحالية:** وتعكس الطريقة التي ينظر بها العملاء الخارجيون إلى المؤسسة، وتعتمد الصورة الحالية على الخبرة والتجربة ومدى تدفق المعلومات للعملاء، وما تتميز به تلك المعلومات من فقر أو ثراء وقدرة على تحقيق الفهم، فالصورة الذهنية الصحيحة تكون نتاجا للانطباع الصحيح.
3. **الصورة المأمولة:** وتعرف بأنها الصورة المرغوبة التي تهدف المؤسسة إلى تحقيقها، وعادة ما ترتبط تلك الصورة بموضوع جديد لم يحصل العملاء الخارجيون على معلومات كاملة عنه.
4. **الصورة المتكاملة:** ويقصد بها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظر عما تنتجه من سلع أو خدمات وتكون تلك الصورة من عناصر عدة، ويشترك في تكوينها (تاريخ المؤسسة، المكانة الاقتصادية، السمعة الطيبة، القدرة على الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية، العلاقة مع العملاء الداخليين والخارجيين للمؤسسة).
5. **الصورة متعددة الأجزاء:** وهي متعددة العناصر، إذ تشمل المؤسسة برموزها المادية والمعنوية.

¹ فاسي فاطمة الزهراء، إستراتيجية صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 30.

6. صورة المنتج أو الخدمة: وهي صورة تنتج عن الجهود الإعلانية التي تقوم بها المؤسسة وتركز على الخصائص النوعية للمنتج أو الخدمة، وما تتمتع به من مستوى وجودة.

7. الصورة المثلى: ويقصد بها تلك الصورة التي تنتج عن تكامل بين ما تقدمه المؤسسة من خدمات ومنتجات، وبين المعلومات التي تقدمها لعملائها، بحيث يتحقق التوافق بين أقوال المؤسسة وأفعالها¹.

وهناك من يصنفها إلى الأنواع التالية:

1. الصورة القيمة: ويتعلق هذا النوع من الصور بمبادئ صانع القرار، والتي يجب أن تكون وفقا لسلوك المنظمة، وتكون بمثابة معايير صارمة للصحة والخطأ.

2. الصورة المستهدفة أو صورة المسار: وهي الصورة التي تتعلق بأهداف المؤسسة، وتعبّر عما يأمل أو يضعه صانع القرار أو تريد بلوغه المؤسسة بشكل عام، وبالتالي وبشكل أدق هي تعبّر عن الرؤية المستقبلية لأهداف وخطط المؤسسة.

3. الصورة الإستراتيجية: وتتكون من الخطط المختلفة التي اعتمدت عليها المؤسسة للوصول إلى أهدافها، والتي لها علاقة بالصورة المستهدفة (صورة المسار)، وكل خطة هي عبارة عن سلسلة من الأنشطة المحتملة بدء من اعتماد الهدف إلى غاية تحقيق الهدف.

إذن من المنطقي وجود كل الأنواع والتصنيفات أعلاه، فالصورة الذهنية لا تتعلق بطرف واحد، فهناك الصورة الذهنية التي تسعى المؤسسة إلى تكوينها وترسيخها عنها لدى جماهيرها، وهناك أيضا الصورة الذهنية المدركة عن المؤسسة لدى الجماهير، ولذلك على المؤسسات الإعلامية الإحاطة بصورتها وفق هذه الأنواع، والعمل على تقريب الصورة المدركة عنها لدى جماهيرها، من الصورة المرغوبة عنها والتي تعمل على بناءها وإدارتها².

ثانيا: أسباب الاهتمام بالصورة الذهنية:

هناك عدة أسباب أدت إلى الاهتمام بصورة المؤسسة ومن أهمها ما يلي:

- المنافسة: إنّ التنامي والتشابه بين السلع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات، والتي لا يمكن للزبون أن يميز فيما بينها (السلع والخدمات) إلا عن طريق صورة المؤسسة واسمها.
- المستهلك: إنّ المستهلك يهتم بمصدر المنتجات أكثر من اهتمامه بالمنتجات بحد ذاتها، فهو يسعى إلى شراء أو اقتناء سلع وخدمات من مؤسسات معروفة وذات صورة جيدة.

¹ عبيدة صبطي، كلثوم مسعود، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص ص 178-179.

² نجيب كامل، مدخل نظري لإدارة أزمة الصورة الذهنية للشركات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد05، العدد01، ص ص 4-5.

- المؤسسة ومحيطها الخارجي: عدم وجود حواجز بين وظائف المؤسسة الداخلية وعلاقتها الخارجية، حيث تؤثر وتتأثر بظروفها الخارجية المحيطة بها في الممارسات اليومية للمؤسسة.

وبالتالي يمكن القول أنّ السبب الرئيسي للاهتمام بصورة المؤسسة يكمن في معرفة درجة قبول الزبائن لمنتجات المؤسسة، تكون دقة الصور الذهنية التي نكوّنها عنهم، ووفقا للبعد المعرفي، فإن الأخطاء في الصورة الذهنية المتكونة والبحث عن الاتجاهات السلبية المكونة عنها ومحاوله معالجتها¹.

المطلب الرابع: أبعاد ومكونات الصورة الذهنية:

أولا: أبعاد الصورة الذهنية:

هناك إجماع بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات أساسية تتمثل فيما يلي:

1. **البعد المعرفي:** ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا، أو قضية، أو شخص ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكوّنها الفرد عن الآخرين، وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد.
2. **البعد الوجداني:** يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع، أو قضية، أو شخص، أو شعب، أو دولة ما، في إطار مجموعة الصورة الذهنية التي يكوّنها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كوّنها الأفراد، وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية.
3. **البعد السلوكي:** يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكّلة لديه في مختلف شؤون الحياة، إذ ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقيًا².

¹ كريمان فريد، علي عحوة، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2008، ص 134.

² الجرايدة بسام عبد الرحمان، إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 322.

تعتبر مكونات الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة كما عرضها الدكتور علي عجوة مجموعة من العناصر تندمج لتشكيل الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة وهذه العناصر تتمثل فيما يلي:

1. **صورة العلامة التجارية:** وتتمثل في درجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة في علامتها التجارية.

2. **صورة منتجات أو خدمات المنظمة:** تعتبر صورة منتجات المؤسسة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمن منتجات أي مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها وتميزها ومدى قدرتها على مسايرة التغيير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في إنتاجها، وطريقة تقديم خدمات ما بعد تقديم الخدمة تؤثر على تقييم الجماهير لأعمال المؤسسة ومدى كفاءة إدارتها، وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى جماهيرها.

3. **صورة إدارة المؤسسة (فلسفة المؤسسة):** إدارة المؤسسة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير ولذلك فإن فلسفة الإدارة في قيادة العمل في أي مؤسسة وفي قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر الهامة المكونة لصورتها لدى الجماهير حيث تشكل العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء وعمل إدارة المؤسسة من ناحية، وتحكم تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من ناحية أخرى، وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ورسائلها إلى الجماهير وتشكل صورتها الذهنية نحوها.

4. **برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:** وهي تجسد الأعمال الفعلية للمؤسسة وسياساتها الرسمية تجاه المجتمع ككل وجماهير المؤسسة في كل ما يصدر عنها من قرارات وأفعال، أي أنها تهتم بالأعمال الحقيقية للمنظمة، ماذا تفعل المنظمة؟ لذا تعتبر البرامج والأنشطة المتنوعة التي تقوم بها المنظمة في برامجها للمسؤولية الاجتماعية عاملا مؤثرا في التأثير في عواطف الجماهير نحوها وكسب ثقتهم وتأييدهم، سواء ما يختص منها بالعاملين أو الجماهير الخارجية أو البرامج المجتمعية والبيئية المختلفة وبذلك فهي جزء من مكونات الصورة الذهنية، لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة تجاه المجتمع والجماهير الداخلية والخارجية.

5. صورة المؤسسة كمكان للعمل: تؤثر انطباعات الجماهير عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين، وخدمات اجتماعية وصحية وحواجز وأجور متميزة كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني وأثاث ونظافة ونظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل.
6. أداء موظفي المؤسسة: وتتمثل في قدرة موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم، وكفاءة وسرعة أداء المهام المنوطة بهم مما يعطي انطبعا ايجابيا نحوها.
7. كفاءة اتصالات المؤسسة: وتؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية، وما تنقله المؤسسة في رسائلها للجمهور، في تكامل اتصالات المنظمة وتوضيح هويتها وفلسفتها للجماهير¹.

المبحث الثاني: كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور

إن عملية تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة هي عملية معقدة، فمن التحديات الأساسية التي تواجه المؤسسات المعاصرة انخيار الحدود والفواصل بين وظائفها الداخلية وعلاقتها الخارجية حيث تتشابك العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة خلال ممارساتها اليومية لأعضائها ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى عملية تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة. بحيث نتطرق إلى مراحل ومصادر تكوين الصورة الذهنية بالإضافة إلى تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور ونتطرق كذلك الى العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية.

المطلب الأول: مراحل ومصادر تكوين الصورة الذهنية

أولاً: مراحل تكوين الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال ثلاث مراحل أساسية هي:

المرحلة الأولى:

هي مرحلة تشكيل شخصية المؤسسة وهي تقدم فرصة للإدارة لتنمية فلسفة المؤسسة والتي تدمج القيم الأساسية للمؤسسة والتي تشكل بدورها ثقافة المؤسسة، والجزء الأساسي الثاني من عملية إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة

¹ علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص ص 92-100.

يتضمن تلك الأنشطة المصممة للتأثير في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة طالما أن رسالة المؤسسة واضحة فإن الإدارة تضع الأهداف النهائية (الكلية) للعمل.

المرحلة الثانية:

هي مرحلة هوية المؤسسة وهي عملية تحديد الأهداف الاتصالية للمؤسسة، والتي تتحدد بناءً على الأهداف الكلية للمؤسسة، وهنا تبرز فلسفة الاتصالات مثلما تنشأ القضايا والموضوعات التي يجب على المؤسسة أن تهتم بالحديث حولها أي ماذا تقول؟ ما كمية المعلومات التي يجب نقلها؟ أي كيف يتم التعامل معها؟ من خلال بعض الوظائف مثل: بحوث الصور، المسح البيئي، مراقبة القضايا الاجتماعية والسياسية والعلاقات مع وسائل الإعلام ويجب أيضاً تقديم تقرير سنوي حول النشاط الإعلاني للمؤسسة.

المرحلة الثالثة:

هي مرحلة صورة المؤسسة وتغيير المؤسسة نقطة الالتقاء والتداخل بين الجماهير المتعددة وبين المؤسسة، حيث تتشكل خبرات جماهير المؤسسة بواسطة مخرجات النظم الإدارية المتعددة¹.

ثانياً: مصادر تكوين الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية من مصدرين هما:

الخبرة المباشرة: إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها، وهذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر، حيث يقوم رجال العلاقات العامة ومقدمو الخدمات في الوزارات والهيئات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية بدور مهم في تكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية لدى الآخرين.

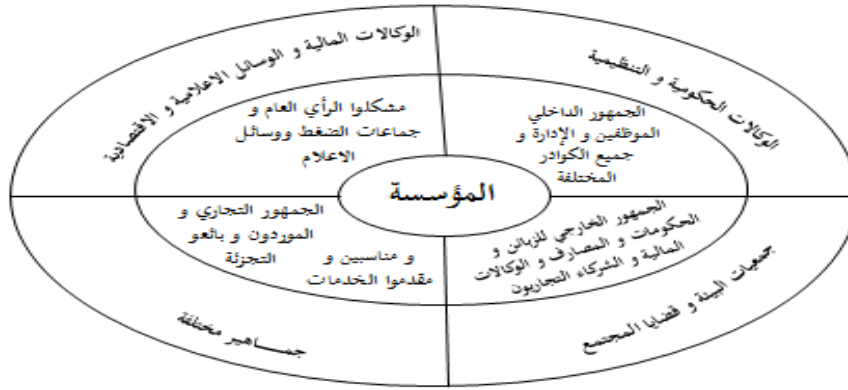
¹ نحاوة لونيس، أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي تواجه رؤساء الفرق لكرة الطائرة، مذكرة ماجستير، المركز الجامعي محمد الشريف مساعديه، معهد العلوم الطبيعية والحياة، قسم التربية المدنية والرياضية، سوق أهراس، 2011-2012، ص 38.

الخبرة غير المباشرة: إن ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من أصدقاء أو عبر وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة تعد خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة والمرئية دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي لها الصورة الذهنية¹.

المطلب الثاني: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور

لابد للمؤسسة من القيام بعدة بحوث لتحديد فئات الجماهير التي ترغب أن تشكل لديه الصورة الذهنية ومن ثم تحديد الفئات الأكثر أهمية بالنسبة لها ونوضح ذلك من خلال الشكل رقم (03) وبالرغم من أن الموظفين والزبائن هما أهم جمهوريين إلا أنه ينبغي عدم تجاهل الجماهير الأخرى.

الشكل رقم (04): جماهير المؤسسة التي ترغب في تكوين الصورة لديها



المصدر: صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، دبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، 2009، ص12.

ولابد أن نشير إلى أن برامج تكوين الصورة الذهنية ينبغي أن تضع في اعتبارها العديد من العوامل النفسية والاجتماعية والاتصالية، بالإضافة إلى نتائج الدراسات الخاصة بالممارسة العملية، وأثناء وضع برامج الصورة الذهنية وآلية عملها ينبغي مراعاة العديد من العوامل الأساسية، فمن الثابت أن الصور تتأثر بالمتغيرات السياسية وآلية عملها ينبغي مراعاة العديد من العوامل الأساسية، فمن الثابت أن الصور تتأثر بالمتغيرات السياسية

¹ تركستاني عبد العزيز، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمملكة، ورقة عمل مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي الثاني صورة المملكة العربية السعودية في العالم، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 2014.

والاقتصادية أو التقنية، وكذلك لا بد لها أن تتسم بالواقعية والمصداقية، وأن تتفق مع طبيعة العمليات والأنشطة التي تمارسها الشركة، ونذكر بعضاً من مبادئ التخطيط لبرامج الصورة:

- يبدأ التخطيط للصورة المرغوبة بتحديد نقاط الضعف والقوة في الصورة الحالية للشركة، وهذا يستدعي القيام بدراسة دقيقة للتعرف على المعالم الأساسية والهامة لهذه الصورة.
- وضع تخطيط مكتوب لمعالم الصورة المرغوبة التي تودها الشركة.
- ابتكار الأفكار لنقل الصورة المخططة والمرغوبة إلى الجماهير وآليات نقلها.
- وضع برامج التقييم المتبعة لمتابعة كافة مراحل مخطط الصورة الذهنية¹.

ومن الثابت أن شخصية الشركة تتكون من سياستها العامة والأشخاص المسؤولين عن ذلك، فقد أثرت الشخصيات القيادية في المنظمات الكبرى على صورها، والأمثلة على ذلك كثيرة، وكذلك فإن للأشكال المادية الخاصة بكل شركة والمنطقة الجغرافية والزبي الرسمي المميز والشعار وكافة الرموز المعتمدة وحتى طرق اتصالها وحفاظها على البيئة والمجتمع كل ذلك لا يقل أهمية عن المضمون الفعلي للسياسة المعتمدة في الشركة².

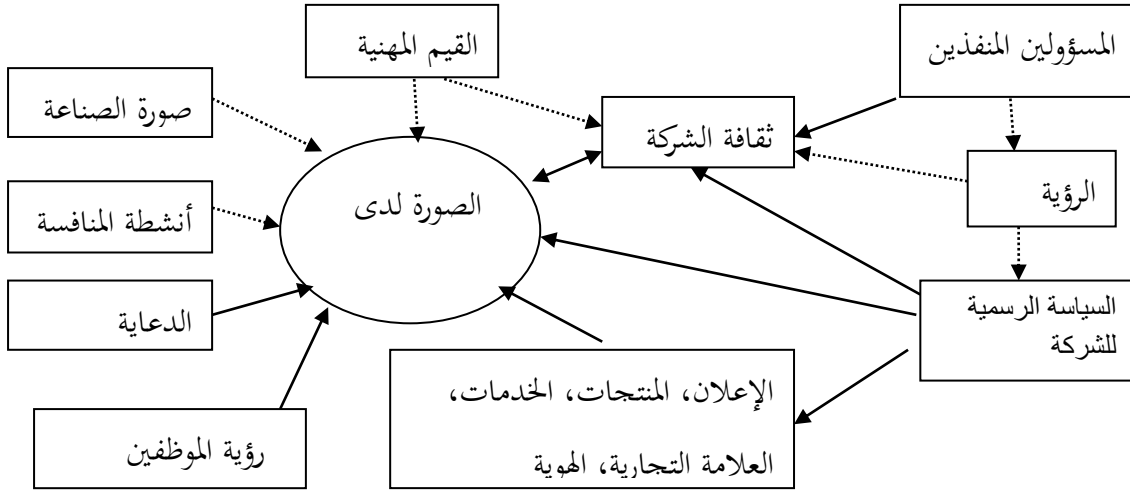
أولاً: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي:

إن بناء وتطوير الصورة التي ترغبها المؤسسة لنفسها لتكون ثروة إستراتيجية لها يبدأ من الداخل إلى الخارج، فالشركات التي تستند على هذا الأساس يسهل بناء صورتها الذهنية، ولكن قبل البدء بتكوين الصورة لابد من التعرف على الأشياء التي يفكر بها الجمهور تجاه الشركة وهذا بحاجة إلى دراسات وبحوث لبناء الإستراتيجية المتبعة، وتشكيل الصورة لدى الجمهور بحاجة إلى تكامل السياسات الرسمية المتبعة فيها، فمن كبير المسؤولين التنفيذيين إلى إدارة الموارد البشرية، التي تقوم كلها بوضع بنود الصورة المرغوبة وطرق تنفيذها، ونجاح ذلك متوقف على تكامل جهود جميع الدوائر الإدارية على تحقيق تلك الصورة، فعندما تتحد هذه الدوائر على ثقافة واحدة مشتركة في التعامل مع الموظفين، لا شك أنها ستجد نتيجة تلك الصورة الطيبة المرغوبة، وثمة عدد من العوامل التي ترسم انطباع الموظفين عن الشركة نوضحها في الشكل التالي:

¹ الشيخ الصالح، مرجع سبق ذكره، ص ص 12-13.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

الشكل رقم (05): العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الموظفين



المصدر: صالح الشيخ، مرجع سابق، ص 13.

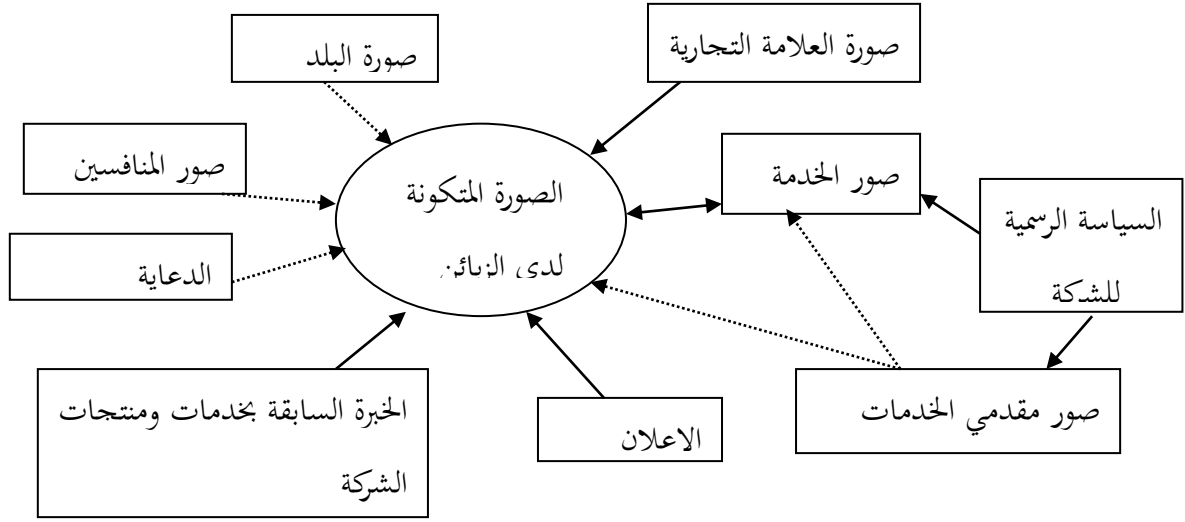
يتضح من خلال الشكل السابق أن تشكيل الصورة لدى الجمهور الداخلي بحاجة إلى نشاطات متعددة وعلى كافة المستويات فالإحلال بواحد منها يعني التشويش في جزء من الصورة، ولذلك لا بد للمسؤولين التنفيذيين من تشكيل ثقافة يقوم على الالتزام بما جميع الأطراف المعنية بالصورة، ويجب الأخذ بعين الاعتبار كافة العوامل الواردة في الشكل (05) نظرًا لأهمية جميع العوامل، فيجب أن ينظر إلى كل عامل على حدة ومن ثم فإن تراكم هذه العوامل مع بعضها هو الذي يؤدي إلى الصورة المطلوبة¹.

ثانيا: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي (الزبائن):

بعد أن تهيئ الشركة بيئة داخلية ملائمة لإظهار الصورة الحقيقية للزبائن وغيرهم من الجمهور الخارجي، تكون قد عملت بالمبدأ القائل ابدأ من الداخل إلى الخارج، وبالتالي تكون الشركة مهياً لتقديم ذاتها إلى الجمهور الخارجي كمؤسسة أصلية نزيهة ويمكن الاعتماد عليها، ولكن يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عدد من العوامل التي تلخصها في الشكل التالي:

¹ صالح الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص 13.

الشكل رقم (06): العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الزبائن.



المصدر: صالح الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص 14.

ونوجز القول بأن الأشياء التي يفكر بها الناس وطريقة شعورهم نحو شركة ما يتأثران بكل القيم الواردة في الشكل (06) ولذلك فإننا نؤكد مرة ثانية على ضرورة تكامل جميع الجهود والنشاطات المختصة بالصورة، فمثلا إن جودة الخدمة وصورتها لدى الجمهور الخارجي ينتج عنها رضا الزبائن، والزبائن الذين شعروا بالرضا يحسنون الظن بالمؤسسة التي تقدم خدمة ذات جودة عالية، ومع تحسن الصورة يصبح من السهل تكوين زبائن يرضون عن المؤسسة، ويشكلون انطبعا إيجابيا عنها، وهكذا شأن جميع العوامل الأخرى¹.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة

وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

• عوامل شخصية: وتتمثل في:

- السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التعليم، الثقافة، القيم).
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المؤسسة.

¹ صالح الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص 14.

• عوامل اجتماعية: وتتمثل في:

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير.
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

• عوامل تنظيمية: وتتمثل أهمها في:

- إستراتيجية إدارة المؤسسة التي تعكس فلسفة وثقافة المؤسسة.
- الأعمال الحقيقية للمؤسسة، سياستها ومنتجاتها.
- شبكة الاتصالات الكلية للمنظمة، وهي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية للمؤسسة مع جماهيرها.
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالمؤسسة والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمؤسسة والجماهير.
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع.

توصل العلماء إلى أن الصورة الذهنية انحدرت من الأتي:

- الأسرة.

- المؤسسات التربوية.

- الإنتاج المعرفي والثقافي.

- وسائل الإعلام¹.

المبحث الثالث: إدارة وتصميم الصورة الذهنية

تختلف المؤسسات في نوعية الصورة الذهنية التي ترغب أن تكونها في أذهان جماهيرها، فمن هذه المؤسسات ما يود أن يبرز صورته إثر المصلحة العامة على المصلحة الخاصة، ومنها ما يركز على قيامه بمسؤولياته اتجاه المجتمع المحلي أو في دعم الاقتصاد الوطني، لذلك تعد عملية تصميم صورة المؤسسة المرغوبة من أهم الجوانب التي يولي لها المديرين الاهتمام الخاص كونها لا تؤثر على المؤسسة في المدى البعيد وهو ما يستدعي على المديرين

¹ باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

وضع إستراتيجية شاملة تتعلق بالصورة بغية إدارتها بفعالية. وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى كيفية قياس الصورة الذهنية للمؤسسة إضافة إلى تقييم الصورة الذهنية للمؤسسة و تغيير الصورة الذهنية.

المطلب الأول: قياس الصورة الذهنية للمؤسسة

أولاً: أدوات قياس الصورة الذهنية

يجب على المؤسسة أثناء قياسها لصورتها الحالية معرفة أو قياس الاتجاهات المتولدة اتجاه المؤسسة ككل، وفي هذا الصدد يوجد العديد من الأدوات المستخدمة في قياس الاتجاهات منها:

1. مقياس ليكرت: يتكون هذا المقياس من عدة عبارات تقديرية فيما يتعلق باتجاه معين، وليكن هنا صورة المؤسسة حيث يطلب من الباحث الإشارة إلى درجة موافقته على هذه العبارات. ويشير الباحث عادة إلى اختيار واحد من بين خمسة اختيارات تتعلق ببعض جوانب المؤسسة، ويشير الباحث لكل جملة يطلب من المستجوب إعطاء نقطة من واحد إلى خمسة، بحيث أن واحد يعني غير موافق تماماً، أما خمسة يعني موافق تماماً.

ويمكن أن نعرض النتائج المتعلقة بمظهر الصورة وتلخيص إجراءات عمل مقياس "ليكرت" على الوجه التالي:

- يقوم الباحث بإعداد مجموعة كبيرة من العبارات التي قد تصل إلى 155 عبارة تتعلق باتجاهات ومشاعر الأفراد نحو موضوع العلاقات العامة.
- تقسم هذه العبارات إلى عينة تجريبية ويطلب منهم تحديد إجاباتهم المندرجة من أوافق بشدة إلى لا أوافق بشدة لكل عبارة.
- تعطي درجات أو نقاط من 1 إلى 5 لكل عبارة من العبارات مع الأخذ بعين الاعتبار اختلاف طريقة معاملة العبارات المواتية والعبارات غير المواتية.
- جمع درجات العبارات لكل مبحوث ومقارنة المجموع مع الحد الأقصى للدرجات فإذا كان لدينا 20 عبارة فإن الحد الأقصى للدرجات هو $20 \times 5 = 100$ والحد الأدنى $20 \times 1 = 20$ ، فإن معنى 85 درجة هو أن اتجاه الباحث نحو المؤسسة إيجابي والعكس إذا كان مثلاً 35.

2. مقياس فروق المعاني ل "Osgood":

يتمثل في محور مدرج يحتوي على قطعتين، يتم الحكم على صورة المؤسسة وفقا لعدة معايير كل واحد منها في محور، وذلك بوضع علامة في الخانة المناسبة

3. قياس ثurston "thurston":

يطلق على هذا المقياس أسم مقياس المسافات المتساوية حيث تم تصميمه على أساس أن كل موقف من المواقف تدرج محدد يبدأ بالإيجابية المتطرفة وينتهي بالسلبية المتطرفة، ويتضمن مقياس " ثurston " الخطوات التالية:

- قيام الباحث بجمع عدد كبير من العبارات الموازية أو غير الموازية عن صورة المؤسسة أو مكوناتها أو العوامل التي تتأثر بها، وقد يصل عددها إلى حوالي 200 عبارة.
- تقييم العبارات من قبل عدد من المحكمين، حيث يقومون بوضع العبارات في 11 مجموعة تدرج وفق لدرجة إيجابية كل منها، وبالتالي يقوم المحكمين بتوزيع أحكامهم على العبارات، فإن تبين أن هناك انتشار كبير لأحد العبارات يتم استبعادها ويأتي الانتشار الكبير نتيجة عدم وضوح العبارة للمحكمين وبالتالي المحكم الأول يضعها في الخانة 1 أي السلبية جدا بينما الحكم الثاني يضعها في الخانة 2 والثالث في الخانة 3 وهكذا.
- بعد استبعاد العبارات غير الضرورية فإنه ينبغي لدى الباحث عدد محدود من العبارات بين 10-20 عبارة.
- يطلب من المبحوثين التأثير على الإجابات التي تناسبهم بعد أن يكون القياس تم بناؤه.

4. تحليل ارتباط الاتجاهات بمتغيرات أخرى:

يتناول الارتباط العلاقة بين متغيرين أو أكثر من حيث درجة هذه العلاقة واتجاهاتها، فإذا كان لدى الباحث تصور عن وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر فإنه يقوم بجمع البيانات ويحاول أن يقيس مدى وجود هذه العلاقة بينهما.

إن الهدف من دراسة الارتباط هو الكشف عن درجة العلاقة بين متغيرين أو أكثر كالعلاقة بين الرضا الوظيفي ومعدل دوران العمل، العلاقة بين الإنفاق على أنشطة العلاقات العامة واتجاهات الجماهير، وتتراوح درجة العلاقة

بين+1، 1- إذ أنه كلما كان الارتباط أقرب إلى الواحد 1 الصحيح كلما يعني ذلك وجود علاقة قوية، وأما الإشارات +، - فتعني اتجاهات العلاقة هل هي عكسية أم طردية¹.

ثانيا :وسائل تجميع البيانات المتعلقة بسلوك واتجاهات الجماهير بالنسبة لصورة المؤسسة

تتمثل وسائل تجميع البيانات المتعلقة بسلوك واتجاهات الجماهير بالنسبة لصورة المؤسسة فيما يلي:

1. سير الآراء:

تقوم المؤسسة في هذه الحالة باستخدام سير الآراء والاستبيانات لمعرفة موقع ووضعية صورتها، وحتى مدى تطور هذه الأخيرة، ويتعلق الأمر بمستوى شهرة المؤسسة أكثر من مضمونها، ويمكننا التمييز بين عدة أنواع من الاستبيانات التي تستخدمها المؤسسة للقيام بعملية سير الآراء.

2. الاستقصاء الشامل:

تقوم المؤسسة بهذا النوع من الاستبيان بصفة دورية (في كل شهر، أو ثلاثي، أو سنويا... بحسب الحالات) ويتم في كثير من الأحيان إسناد مثل هذه المهمة إلى مؤسسة خاصة في سير الآراء وتسمح هذه العملية للمؤسسة بقياس مدى تمسك الجمهور بالمؤسسة.

3. الاستقصاء الدقيق:

لديه نقاط كثيرة مشتركة مع النوع السابق، لكن يكون هذا النوع من الاستقصاءات موجه لجمهور خاص تختاره المؤسسة مثل: المساهمين، الزبائن، الطلبة... إلخ، بينما يوجه هذا النوع الأول للجمهور بصفة عامة دون تحديد.

4. الاستقصاء المتعلق بموقع المؤسسة بالمقارنة مع المنافسة:

هذا النوع أيضا يوكل إلى مؤسسات ومكاتب خاصة بسير الآراء، أغلب المؤسسات الكبرى لا تصل إلى النتائج المرجوة، نظرا لكون هذه النتائج غير دقيقة وفي كثير من الأحيان لا يعبر المستقصون عن رأيهم بصراحة هذا ما يؤثر سلبا على النتائج.

¹ Vernet ERIC et autres, **la publicité: Théorie**, acteurs et méthodes, la documentation française, Paris, 2000, PP: 90- 92.

5. طرق الاستقراء:

- **متغيرات متعلقة بالتوظيف:** مثل منحى تقييم المترشحين (سواء التحقوا بالمؤسسة تلقائيا، أو ردا على إعلان توظيف)، يكون معبرا جدا عندما تكون صورة المؤسسة حسنة والعكس صحيح.
- **ميزانية الإعلام:** يتعلق الأمر بتحليل كمي ونوعي للمقالات والحصص التي تتناول المؤسسة، بحيث يقوم مسؤول الاتصال أو شخص آخر بتحديد نتائج هذه المعطيات يمكن تسجيلها عن طريق الإعلام الآلي بمنح معاملات خاصة لكل وسيلة إعلامية، الجمهور المستهدف.
- **الاختبار الإعلامي:** تقوم المؤسسة بالاختبار بغرض قياس أثر الحملة الإعلامية المؤسساتية، هذه التقنيات هي جزء من الترسانة الإشهارية الكلاسيكية، هذه العملية تتم مع عينات ممثلة للجمهور المستهدف (دراسة كمية) أو عن طريق المقابلات الجماعية (دراسة نوعية).
- **حصيلة العملية الدقيقة:** يتعلق الأمر هنا بدراسة النتائج المتوقعة من الأنشطة المختلفة للاتصال.
- **تحليل نتائج علاقة المؤسسة بالإعلام:** تقوم المؤسسة بتجميع كل العناصر التي تسمح بتقييم الأثر الإيجابي أو السلبي (مقابلة صحفية أو محاضرة إعلامية، أو التلفاز).
- **تحليل نتائج عملية الاتصال العام:** تجمع الآراء عن مشاركة المؤسسة في الصالونات المتخصصة، المنتقيات... إلخ وفي الأخير وبعد أن يتم جمع البيانات المتعلقة بصورة المؤسسة ينبع في إجراء تقييم لصورة المؤسسة سوف نتناول في المطلب الموالي¹.

المطلب الثاني: تقييم الصورة الذهنية للمؤسسة

تسعى المؤسسات إلى الكشف على النتائج المتوصل إليها من خلال برامجها المتعلقة بالصورة الذهنية وهو ما يستدعي بها القيام بعملية التقييم لصورتها، حيث تمر هذه العملية بالمراحل التالية:

1. تركيب واختيار العينة:

بحيث تكون هذه العينات ممثلة للجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة: عينة ضعيفة في مرحلة الدراسة النوعية، وعينة أوسع في مرحلة الدراسة الكمية.

2. تحليل عناصر الصورة الذهنية:

¹ Marie. Hélène WESTFALEN , **communicator: le guide de la communication marketing** , DUNOD , 3 éme éd , 2001, PP : 09-10.

تكون مرفقة بتحليل تشخيصي لكل الرسائل المرسله من طرف المؤسسة وتشخيص خاص بطريقة المؤسسة في التعبير وطريقتها في الظهور.

3. وضع المكونات القاعدية لهوية المؤسسة تحت الملاحظة

ويتم ذلك عن طريق مقابلات نصف مباشرة، وأسئلة مفتوحة تترك للمتداول مساحة واسعة لتقديم آرائه، وانطباعه حول المؤسسة وذلك بطرح أسئلة عن حالة المؤسسة، وقيمها، وكذا هويتها ومحاوله الأخذ بعين الاعتبار آرائه ومنحه الحرية أكثر.

4. مرحلة تطبيق عناصر الاستقبال:

هذه المرحلة تسمح بإثبات الفرضيات، وتحليل النتائج النوعية المتحصل عليها وتحويلها إلى معطيات كمية، ويتم عن طريق المقابلات المباشرة بأسئلة مغلقة.

5. مرحلة إنشاء وتعميق الصورة وتحليل التهديدات:

ويتم ذلك باجتماعات المجموعة وتقنيات الاختراعات والمجموعات الخاصة بالعبارات، مجموعة الصورة، بناء شعار للمؤسسة، بناء تاريخها بناء الشخصيات.

6. تقرير الصورة:

دراسة الصورة لا تتم لبناء إستراتيجية ولكن من أجل المساهمة في النشاط¹.

المطلب الثالث: تغيير الصورة الذهنية للمؤسسة

إذا رغبت الشركة في تغيير الصورة لسبب تراه ضروريًا لا بد لها من تشكيل فريق لهذه المهمة يحدد الجماعات الرئيسية المراد إجراء التغيير في صورتها عن الشركة ومن ثم إجراء بحوث استطلاع الرأي والتحليل لتلك البحوث ومحاوله تحديد الثغرات وما يسد الثغرات وكل هذا عبر بحوث مستقلة بعملية التغيير ومن ثم نتقل إلى التنفيذ.

بالإضافة إلى ذلك ينبغي على الإدارة وفريق العمل أن يقوم بالمهام التالية ليضمن عملية تغيير ناجحة:

- التقييم الداخلي وتحديد الصورة التي ترغب فيها المؤسسة في تكوينها عن نفسها.
- معرفة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن المؤسسة.
- التصميم والتنفيذ لخطط العمل.
- التسويق داخليًا وخارجيًا للصورة الذهنية المستهدفة.
- التدقيق والمراجعة¹.

¹ فاسي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

تناولنا من خلال هذا الفصل دراسة تحليلية لمفهوم الصورة الذهنية للمؤسسة، لاسيما وأن مفهوم الصورة الذهنية قد عرف عدة دراسات واهتمامات من طرف الباحثين والممارسين، بحيث تطرقنا إلى وجهات النظر التي تطرقت إلى تعريف الصورة الذهنية للمؤسسة والتي أجمعت كلها على أنها الانطباعات الذهنية التي تتكون لدى عامة الجماهير التي تتعامل ولا تتعامل مع المؤسسة، ثم تطرقنا بعد ذلك إلى أهمية الصورة الذهنية وأهدافها التي تسعى من خلالها المؤسسات لتحقيقها من خلال اهتمامها بتكوين صورة ذهنية جيدة عنها لدى جماهيرها، ثم تطرقنا بعد ذلك إلى خصائص الصورة الذهنية وأنواعها ومكوناتها وشروطها، ذلك أن الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة هي تفاعل مزيج من الصورة الذهنية الجزئية المكونة عن مجموعة من العناصر، وتناولنا العوامل التي تتأثر بها الصورة الذهنية للمؤسسة والمتمثلة أساسا في هوية وثقافة المؤسسة وطبيعة التواصل التي تقيمه المؤسسة مع جماهيرها يتبل ور حول فكرة ضرورة تحكم المؤسسة في هاته العوامل بغية رسم الصورة الذهنية المرغوب فيها سواء على المدى البعيد أو القريب.

وفي الأخير أبرزنا المراحل التي تمر بها عملية تصميم الصورة الذهنية للمؤسسة بدءا بقياس الصورة الذهنية والعمل على تدارك نقاط الضعف في الصورة وتعزيز نقاط القوة والحفاظ عليها.

¹ صالح شيخ، مرجع سبق ذكره، ص26.

الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

- المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
 - المبحث الثاني: تحليل معطيات محاور الاستبانة
-

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لظفي الكترولنيكس (Géant)

تمهيد:

بعد تحديد مختلف المفاهيم المتعلقة بتبني نظام الإدارة البيئية و تحسين الصورة الذهنية من الجانب النظري و لاختبار مدى مساهمة المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) في تحسين المتغير التابع (الصورة الذهنية) تم الاعتماد على دراسة تأثير تبني هذا النظام في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، من أجل الوصول إلى نتائج تسمح بدراسة علاقة التأثير بين المتغيرين وقد تم التركيز على لظفي الكترولنيكس فرع من فروع مؤسسة Géant الواقعة بولاية برج بوعرييج باستخدام أدوات الدراسة المناسبة.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية

للإجابة على السؤال الرئيسي لإشكالية الدراسة ومن أجل مناقشة الفرضيات، قامت الباحثين بدراسة ميدانية على مستوى فرع من فروع مؤسسة Géant لطفي الكترونيكس وذلك بالاعتماد على مجموعة من أدوات البحث وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى التعريف بميدان الدراسة وعرض عينة الدراسة وأدوات البحث التي تم استخدامها في الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة

أولاً: التعريف بمؤسسة لطفي الكترونيكس

لطفي الكترونيكس هي شركة تابعة لمجموعة (Sarl Lotfi Electronics, HoMebarkia) التي تسوق منتجاتها بالعلامة التجارية (Géant Electronics)، تم إنشاؤها 2005 من قبل الإخوة مباركية كشركة رائدة في العديد من القطاعات الإلكترونية و الأجهزة المنزلية تضم الشركة حالياً أكثر من 1657 موظفا منهم 180 مديرا تنفيذياً و 276 ماجستير و 1248 تنفيذياً 25 متدرجا منتشرين في جميع أنحاء البلاد بمساحة صناعية تزيد عن 600.000 متر مربع بما في ذلك 85.000 متر مربع مغطاة¹.

تحتل شركة (Géant Electronics) مكانة رائدة في المغرب العربي والقارة الإفريقية وذلك بفضل القدرة الإنتاجية الأكثر كفاءة في المنطقة والاستجابة القوية لريادة الأعمال تتواجد شركة (Géant Electronics) في 10 دول إفريقية وتخطط للتأسيس في السوق الأوروبية.

أما (Ho Mebarkia Group) فهي مجموعة عائلية متخصصة في العديد من قطاعات النشاط مثل الأجهزة المنزلية والخدمات اللوجيستية، ومنذ إنشائها شهدت المجموعة توسعا قويا مع مراحل مختلفة من التطوير حيث انتقلت من شركة متخصصة في الاستيراد والتوزيع إلى تصنيع مختلف الأجهزة الإلكترونية الاستهلاكية والأجهزة المنزلية في الجزائر.

وفيما يتعلق بالجودة فإن المؤسسة تحصلت على ISO9001 سنة 2015.

ثانياً: أهداف مؤسسة لطفي الكترونيكس

للمؤسسة أهداف مختلفة نذكر منها²:

- تتمثل المهمة الرئيسية لشركة (Géant Electronics) في تزويد المستهلكين بمنتج عالي الجودة، وتقديم خدمة لاتبوها شائبة وتلبية احتياجات العملاء المختلفين والأطراف؛

¹ وثائق داخلية للمؤسسة.

² وثائق داخلية للمؤسسة.

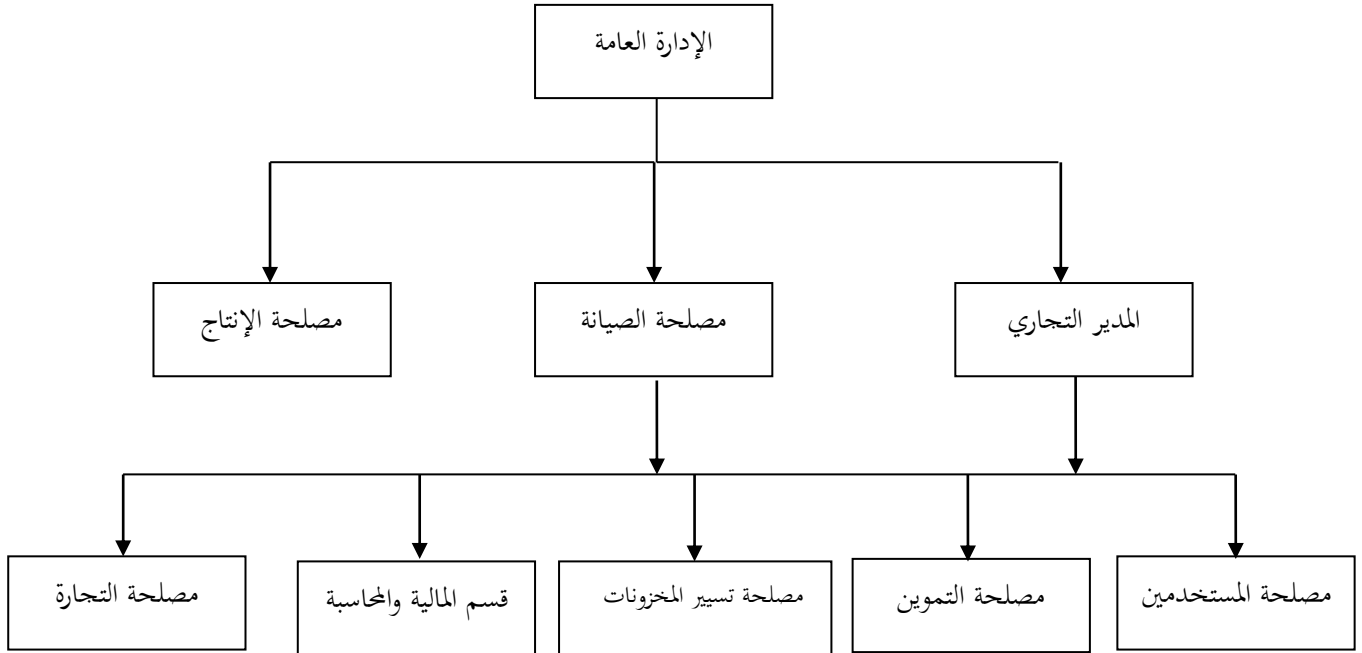
الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

- تنوع المنتجات مع ضمان التمايز التكنولوجي لزيادة حصتها في السوق؛
- الاستثمار في الموارد البشرية مع تقييم المهارات المكتسبة وتقوية المشاركة والتدريب الشخصي؛
- تحسين استهلاك الطاقة ؛
- توسيع شبكة التوزيع في جميع أنحاء التراب الوطني؛

ثالثا: الهيكل التنظيمي لمؤسسة لطفي الكترونيكس

الهيكل التنظيمي المختصر لمؤسسة لطفي الكترونيكس (انظر الملحق رقم 02) كما يلي:

الشكل رقم (07): الهيكل التنظيمي لمؤسسة لطفي الكترونيكس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف المؤسسة.

بين الهيكل التنظيمي المصالح التالية¹:

- **المديرية العامة:** هي المصلحة العليا للمؤسسة تضم جميع المصالح الأخرى.
- **المدير التجاري:** يعمل على حسن سير المؤسسة من خلال الإشراف على المصالح التي يضمها.

¹زقادي حنين، مرزير سميرة، أثر مستويات التعليم التنظيمي على الأداء المتوازن-دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس- مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، الجزائر، 2020 / 2021.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لظفي الكترولنيكس (Géant)

- مصلحة الصيانة: تعمل على حماية و صيانة الآلات الانتاجية.
- مصلحة الإنتاج: هي المسؤولة عن عمليات التصنيع بداية من إدخال منتجات نصف مصنعة حتى خروجها في شكلها المصنع التام.
- مصلحة المستخدمين: تعمل على تنظيم و اسيير العمل داخل المؤسسة من خلال توجيه ورقابة العمال.
- مصلحة التموين: من أهم المصالح حيث تقوم بتموين المؤسسة بالمواد الأولية وتشرف على هذه العملية مجلس المشتريات حيث لا يمكن لهذا المجلس اتخاذ أي قرار فيما يخص إبرام العقود مع الموردين إلا بعد اطلاعه على تقرير مصلحة المراقبة النوعية الذي يتأكد من صحة مطابقة هذه المواد مواصفات ومتطلبات الإنتاج.
- مصلحة تسيير المخزونات: تقوم بتسجيل كل المخرجات المواد الأولية والمنتجات تامة الصنع باستعمال اللوائح الرسمية.
- مصلحة قسم المالية والمحاسبة: يتم فيها تسجيل مختلف العمليات المحاسبية ومراقبة الحسابات التي لها علاقة بالنظام الداخلي للمؤسسة كذلك تقوم بتحضير الميزانية الختامية والميزانية التقديرية للمؤسسة.
- مصلحة التجارة: تعمل على توزيع المنتجات على العملاء بعد أن تقدم لها مصلحة الإنتاج الكميات المنتجة استنادا إلى برامج محددة خاصة بالتوزيع.

المطلب الثاني: عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات

أولا: عينة الدراسة

عينة الدراسة هي مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من مجتمع الدراسة لتمثل هذا المجتمع، حيث نوضح من خلال هذا المطلب طريقة اختيار العينة، إضافة إلى التعريف بمجتمع وعينة الدراسة.

1. طريقة اختيار العينة

هناك العديد من طرق اختيار العينة من أجل تمثيل المجتمع المدروس، وخلال هذه الدراسة تم الاعتماد على العينة العشوائية التي تتيح لجميع أفراد مجتمع الدراسة المتمثل في الموظفين و الإداريين العاملين على مستوى مؤسسة لظفي الكترولنيكس فرع من فروع شركة Géant الواقعة بولاية برج بوعرييج، تتسح لهم الدخول في العينة المدروسة، وهي الطريقة الأفضل من أجل الحصول على عينة ممثلة للمجتمع محل الدراسة.

ومن أجل ذلك تم توزيع 25 استبانة، تم استرجاعها جميعها بنسبة مئوية بلغت 100%، وهي الاستبانات التي تصلح للمعالجة الإحصائية بنسبة 100% كذلك.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

2. التعريف بمجتمع وعينة الدراسة

بالنسبة لهذه الدراسة فإن مجتمع الدراسة يتكون من الموظفين و الإداريين العاملين على مستوى مؤسسة لطفي الكترونيكس فرع من فروع شركة Géant الواقعة بولاية برج بوعرييج، وكانت عينة الدراسة متمثلة في مجموعة من الموظفين والإداريين في تلك المؤسسة. ففي إطار المعاينة تم اتباع منهج الدراسة الميدانية بأسلوب التقصي من أفراد مجتمع الدراسة لجمع البيانات الضرورية.

ثانيا: أدوات جمع المعلومات

تم الاعتماد على مجموعة من أدوات البحث سيتم عرض هذه الأدوات مع توضيح أوجه استعمالها.

أولا: الوثائق والسجلات الإدارية

الهدف من استخدام الوثائق والسجلات الإدارية في هذه الدراسة كأداة للبحث للتعرف على الإجراءات الإدارية والتعليمات والاتفاقيات وغيرها من السجلات والوثائق الخاصة بالمعايير البيئية والصورة الذهنية لزيادة فهم الدراسة الميدانية أكثر.

ثانيا: الملاحظة

تم الاعتماد على الملاحظة المنظمة، والهدف من استخدام الملاحظة في هذه الدراسة كأداة للبحث كوسيلة للتعرف على بعض الجوانب الخاصة ببيئة عمل المؤسسات الاقتصادية والاهتمام بالجوانب البيئية والصورة الذهنية ضمن أنشطتها الاقتصادية.

ثالثا: المقابلة

تم الاعتماد على مقابلة غير مهيكلة، والهدف من استخدام المقابلة في هذه الدراسة كأداة للبحث في جمع البيانات الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية، وللتعرف على التوجهات الخاصة بالامثال لنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية.

رابعا: الاستبانة

التعريف بالاستبانة

لقد قام الطلبة بإعداد استبانة تحتوي على 30 عبارة، وتم تقسيمها إلى جزئين بحيث:

- الجزء الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة، الوظيفة).

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

- الجزء الثاني: ويضم محورين كالآتي:

▪ **المحور الأول:** يتعلق بنظام الإدارة البيئية ويضم العبارات من 01 إلى 17.

▪ **المحور الثاني:** يتعلق بالصورة الذهنية ويضم العبارات من 18 إلى 30.

وكان الهدف من استخدام الاستبانة في هذه الدراسة كأداة للبحث هو التعرف على آراء مقدمي الخدمة بشأن نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية، للوصول إلى المعلومات التي تساعد على مناقشة فرضيات الدراسة. يلاحظ بأن المحور الأول "نظام الإدارة البيئية يضم 17 عبارة، وأن المحور الثاني "الصورة الذهنية" يضم 13 عبارة، وبالتالي فان مجموع عبارات الاستبانة 30 عبارة.

1. الجزء الأول: البيانات الشخصية

نسلط الضوء في هذا المحور على البيانات الشخصية للموظفين، كان ذلك بالاعتماد على مجموعة أسئلة يمكن من خلالها معرفة الخصائص الثقافية والاجتماعية للموظفين فسؤال الأول اهتم بالترقية بين الجنس إذا كان الموظف ذكر أو أنثى، أما السؤال الثاني فيهتم بالسن وذلك من أجل معرفة الفئة العمرية العاملة بالمؤسسة، أما السؤال الذي يليه يعالج المستوى الدراسي للموظف، حيث المستوى يعبر عن مدى إدراك الموظف للمحيط وتأثره به، أما بخصوص السؤال الرابع فهو يهتم بسنوات خبرة الموظف في المؤسسة، والسؤال الخامس يهتم بنوع الوظيفة التي يمارسها الموظف في المؤسسة.

2. المحور الأول للجزء الثاني: نظام الإدارة البيئية

يتم التعرف على واقع نظام الإدارة البيئية من خلال العناصر الخاصة بهذا النظام حيث خصصت:

السياسة البيئية: أربع عبارات الأولى (1-4) تهدف من خلالها الوصول لمدى رؤية واتفاق الموظفين حيال نقاط تم الشركة وتهمهم.

● **التخطيط البيئي:** ثلاث عبارات (5-7) نبرز هنا أهم النقاط التي توليها الشركة حيال التخطيط ونظرة الموظفين لديها لهذا الجانب.

● **التنفيذ والتشغيل:** ثلاث عبارات (8-11) نوضح هنا درجة إقدام الشركة نحو التنفيذ والتشغيل لنظام الإدارة البيئية.

● **إجراءات الفحص والتصحيح:** ثلاث عبارات (12-14) نوضح قياس الملموسية من خلال هذه العبارات.

● **المراجعة الإدارية:** ثلاث عبارات (15-17) نوضح قياس الأمان من خلال هذه العبارات.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المحور الثاني للجزء الثاني: الصورة الذهنية

اشتمل على 13 عبارة لمعرفة مدى قياس الملموسية والاعتمادية والاستجابة وتحقيق ولاء الموظف. وكان الهدف من استخدام الاستبانة في هذه الدراسة كأداة للبحث هو التعرف على آراء موظفين بالمؤسسة بشأن نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية، الوصول إلى المعلومات التي تساعد على مناقشة فرضيات الدراسة. يمكن توضيح توزيع قرات الاستبانة للمتغير مستقل والتابع من خلال الجدول لموالي:

جدول رقم (01): توزيع عبارات الاستبانة

الرقم	اسم المحور	أرقام العبارات	عدد العبارات	النسبة المئوية
01	نظام الإدارة البيئية	17 - 01	17	56,67%
02	الصورة الذهنية	30 - 18	13	43.33%
	المجموع	30 - 01	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

من خلال الجدول يلاحظ بأن المحور الأول "نظام الإدارة البيئية" يضم 17 عبارة ، وأن المحور الثاني "الصورة الذهنية" يضم 13 عبارة، وبالتالي فإن مجموع عبارات الاستبانة 30. لقد تم الاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وتم إعطاء رقم لكل إجابة من 01 إلى 05 ومن أجل قياس المقارنة المدروسة ثم ترتيب المتوسطات الحسابية كما هو موضح في الجدول:

جدول رقم (02): توزيع ليكارت الخماسي.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	02	03	04	05
المتوسط ينتمي إلى المجال	المتوسط ينتمي إلى المجال	المتوسط ينتمي إلى المجال	المتوسط ينتمي إلى المجال	المتوسط ينتمي إلى المجال
[1,79 - 1,00]	[2,59 - 1,80]	[3,39 - 2,60]	[4,19 - 3,40]	[5,00 - 4,20]

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول يلاحظ بأن مقياس ليكارت المستخدم في الدراسة يضم مجالات مختلفة وكل مجال يضم مجموعة من المتوسطات الحسابية .

ولقد تم توزيع 25 استبانة، تم استرجاعها كلها بنسبة 100%.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، أما ثبات أداة الدراسة فيقصد به أن يعطي الاستبيان ندرس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة، وللتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، قمنا باختبار الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين)، وكذا اختبار الثبات والصدق الداخلي من خلال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cornbach's).

أولاً: صدق الاستبانة (الصدق الظاهري):

للتأكد من صدق أداة الدراسة تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والمتمثلين في أساتذة جامعة برج بوعريبيج، ولقد تم تقديم العديد من الملاحظات فيما يخص شكل الاستبانة وملاحظات أخرى في الموضوع وقد تم إعادة الصياغة الاستبانة، فكانت الاستبانة في شكلها النهائي عند 30 عبارة كما تم التطرق لها بالتفصيل.

ثانياً: ثبات وصدق الاستبانة (الثبات الداخلي):

استخدم اختبار معامل الثبات " ألفا كرونباخ " لمعرفة ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، ولقد تم حساب معامل "ألفا كرونباخ " بالنسبة لكل فقرة من فقرات المحور الأول، وبالنسبة للمحور بصفة إجمالية، إضافة حساب معامل "ألفا كرونباخ" بالنسبة للمحور الثاني. والنتائج مبينة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): معامل "ألفا كرونباخ" لفقرات ومحاور الدراسة.

معامل الصدق: $\sqrt{\text{معامل الثبات}}$	معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cornbach's)		عدد العبارات	القيمة	معايير الاستبيان
	القيمة	عدد العبارات			
0,956	0,915	04	01	أولاً: السياسة البيئية	المحور الأول:
0,895	0,802	03	02	ثانياً: التخطيط البيئي	السياسة البيئية
0,879	0,772	04	03	ثالثاً: التنفيذ والتشغيل	السياسة البيئية
0,869	0,755	03	04	رابعاً: إجراءات الفحص والتشغيل	السياسة البيئية
0,898	0,806	03	05	خامساً: المراجعة الإدارية.	السياسة البيئية
0,919	0,844	13		المحور الثاني: الصورة الذهنية	
0,960	0,930	30		جميع عبارات الاستبيان	

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المطلب الرابع: الأدوات الإحصائية المستخدمة

أثناء هذه الدراسة، تم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية التي تساعد الباحث على الوصول إلى نتائج الدراسة، هذه الأدوات المستعملة تمثلت في الآتي:

أولاً: التكرارات والنسب المئوية: تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان.

ثانياً: المتوسط الحسابي: تم استعمال المتوسط الحسابي لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.

ثالثاً: الانحراف المعياري: استخدم هذا المقياس لمعرفة مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة، لكل عبارة من عبارات من متغيرات الدراسة، ولكل محور محاورها عن متوسطها الحسابي، وكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما دل ذلك على تركيز وانخفاض تشتت استجابات أفراد عينة الدراسة، وكلما كان الانحراف أقل من الواحد الصحيح كلما قل التشتت بين استجابات أفراد عينة الدراسة، والعكس صحيح في حالة إذا كانت قيمة الانحراف المعياري تساوي الواحد وتكون الواحد الصحيح.

رابعاً: معامل الارتباط بيرسون: استخدم هذا المعامل لمعرفة طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وقد تم إتباع المجالات التالية لتحديد قوة العلاقة:

$[0,29 - 0,1]$ تمثل علاقة ضعيفة.

$[0,49 - 0,30]$ تمثل علاقة متوسطة.

$[1 - 0,50]$ تمثل علاقة قوية.

خامساً: اختبار "ألفا كورنباخ": لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

سادساً: اختبار الطبيعة: لمعرفة ما إذا كانت العينة تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، وتم الاعتماد على اختبار شايبرو ويلك باعتبار العينة تساوي 25 (أقل من 50).

سابعاً: اختبار (T) ستودنت: لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والثانية، باعتبار أن العينة تخضع للتوزيع الطبيعي، وتقل عن 30 مفردة، وتم الاعتماد على قيمة المتوسط الحسابي المعتمدة في القياس والتي تساوي 03.

سادساً: الانحدار البسيط: يمثل الانحدار أداة إحصائية لتحديد العلاقة بين المتغيرات أحدهما مستقل والآخر تابع، وتم استخدام اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المبحث الثاني: تحليل وعرض نتائج الدراسة الميدانية.

من أجل التعرف أكثر على عينة الدراسة، واتجاهات أجوبة المبحوثين، نخصص هذا المبحث لتحليل معطيات محاور الاستبيان، هير تحليل البيانات الشخصية، ثم البيانات المنهجية.

المطلب الأول: تحليل بيانات الاستبيان.

خصص هذا المطلب لتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة، ومن ثم عرض البيانات المنهجية الخاصة بأجوبة المبحوثين.

أولاً: تحليل البيانات الشخصية:

خصص هذا العنصر لتحليل البيانات الشخصية المتمثلة في (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، والوظيفة).

1. تحليل البيانات المتعلقة بالجنس.

الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

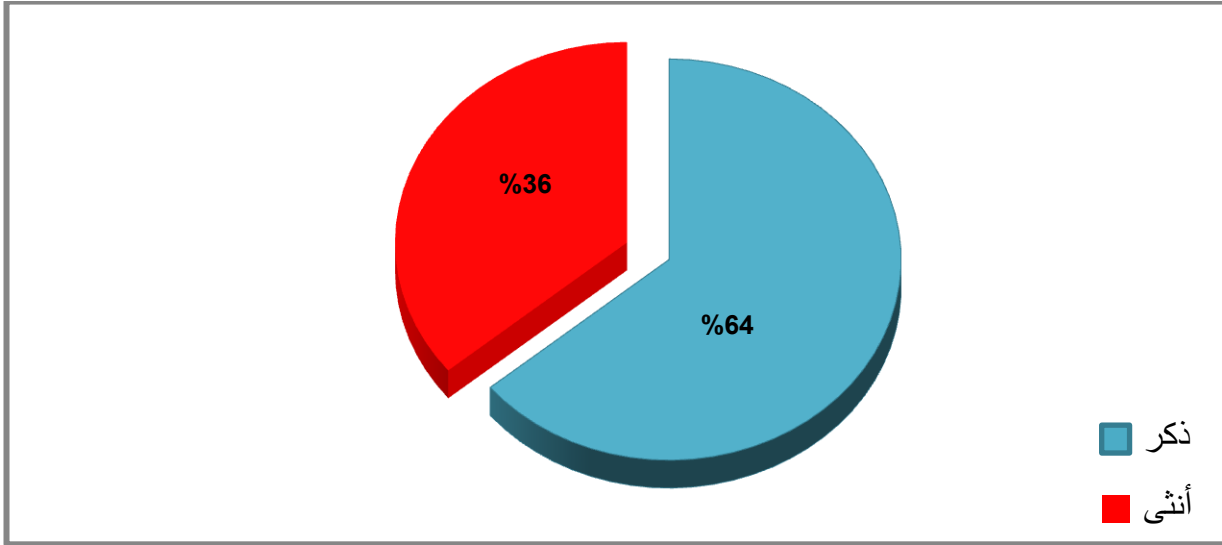
الجنس	العدد	النسبة
ذكر	16	%64,00
أنثى	09	%36,00
المجموع	25	%100

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (04) والذي يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس نلاحظ أن 16 مفردة من أصل 25 هم ذكور بنسبة مئوية بلغت 64%، في حين أن 09 مفردات من أصل 25 هم إناث، وهو ما يعادل نسبة 36,00%، وهو ما يوضح تنوعاً في النوع الاجتماعي لدى عمال المؤسسة محل الدراسة، على الرغم من الفارق الطفيف لصالح جنس الذكور على حساب جنس الإناث، كما هو مبين في الشكل التالي:

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

الشكل رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج الجدول رقم (04).

2. تحليل البيانات المتعلقة بالسن.

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.

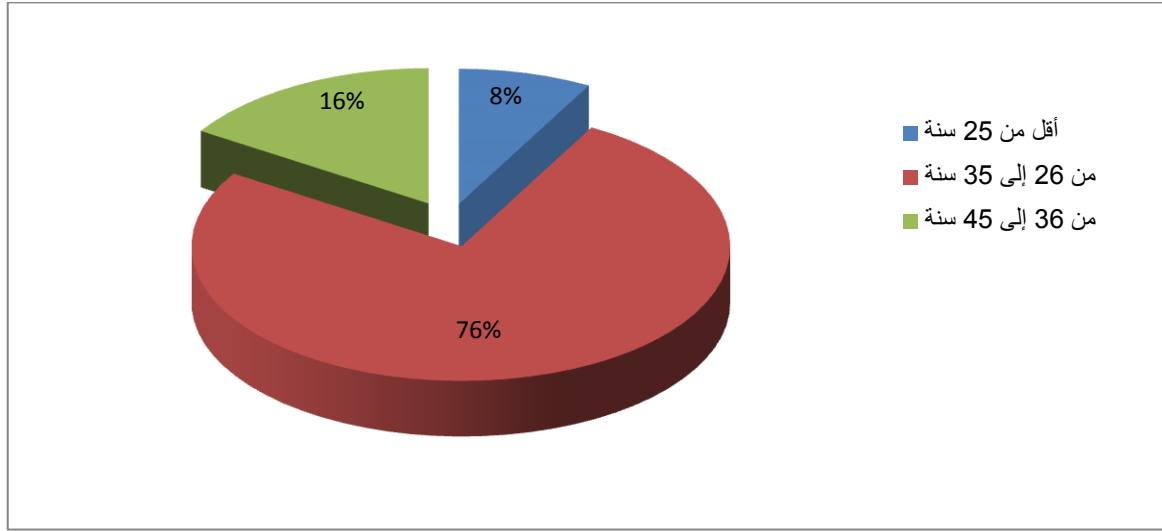
السن	العدد	النسبة
أقل من 25 سنة	02	08%
من 26 إلى 35 سنة	19	76%
من 36 إلى 45 سنة	04	16%
المجموع	25	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (05) أعلاه، نلاحظ أن 19 مفردة من أصل 25 هم من الفئة التي تتراوح أعمارها ما بين 26 و35 سنة بنسبة مئوية بلغت 76%، تليها الفئة التي تتراوح أعمارها ما بين 36 و45 سنة بنسبة 16% وهو ما يمثل 04 مفردات من أصل 25، وأخيراً الفئة التي تقل أعمارها عن 25 سنة بمجموع 02 مفردة من أصل 25 بنسبة مئوية تبلغ 08%. وهذا ما يوضح اعتماد المؤسسة على عنصر الشباب وإتاحة الفرصة أمامهم لولوج سوق الشغل، نظراً للطاقة والإنتاجية التي تتميز بها هذه الفئة. وهو ما يوضحه الشكل الموالي:

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

الشكل رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على نتائج الجدول رقم (05).

3. تحليل البيانات المتعلقة بالمستوى التعليمي:

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	العدد	النسبة
ثانوي	01	04%
جامعي	15	60%
دراسات عليا	06	24%
أخرى	03	12%
المجموع	25	100%

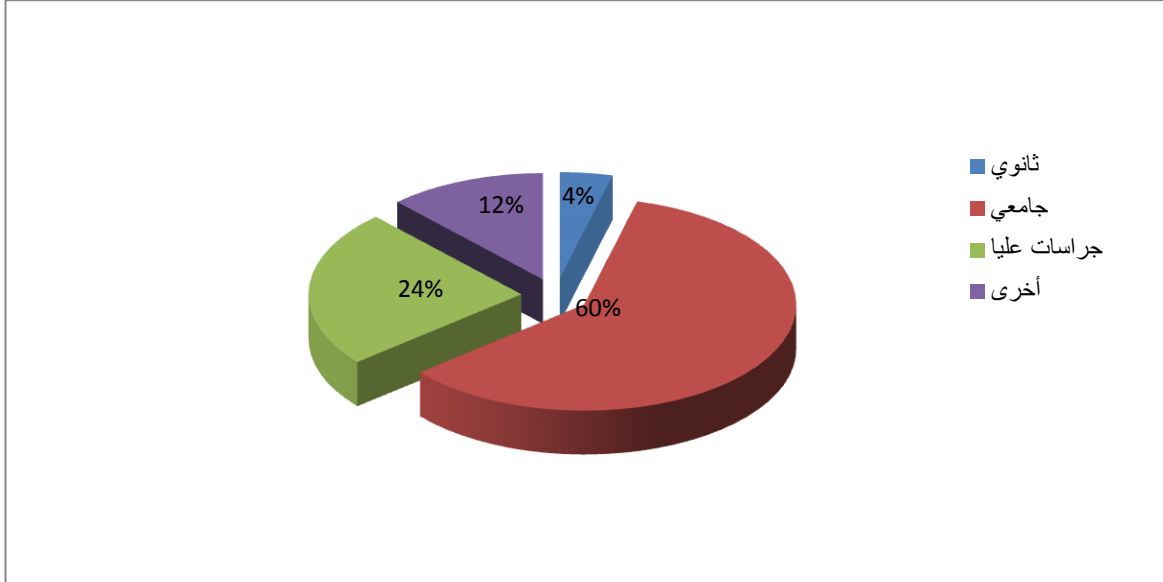
المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (06) أعلاه، نلاحظ أن الأفراد ذات المستوى الجامعي يشكلون ما نسبته 60% من عينة الدراسة، يليهم الأفراد الحاصلون على دراسات عليا بنسبة 24%، ثم الأفراد الذين أجابوا بـ "أخرى" بنسبة 12%، وأخيراً نجد الأفراد الذين لديهم مستوى دراسي ثانوي، بنسبة مئوية تبلغ 04% فقط من عينة الدراسة. وهذا ما يشير إلى أن غالبية العينة المدروسة بالمؤسسة محل الدراسة هي من أصحاب الشهادات العليا والحاملون لشهادة جامعية أو أكثر (دراسات عليا)، وهذا ما يعني استقطاب المؤسسة للإطارات والكوادر البشرية

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المؤهلة أصحاب الشهادات العليا، واهتمامها بالحصول على رأسمال بشري يتميز بالمستوى التعليمي والتكويني العالي، وهذه ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج الجدول رقم (06).

4. تحليل البيانات المتعلقة بالخبرة.

الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة.

الخبرة	العدد	النسبة
أقل من 05 سنوات	11	44%
من 05 إلى 15 سنة	10	40%
أكثر من 15 سنة	04	16%
المجموع	25	100%

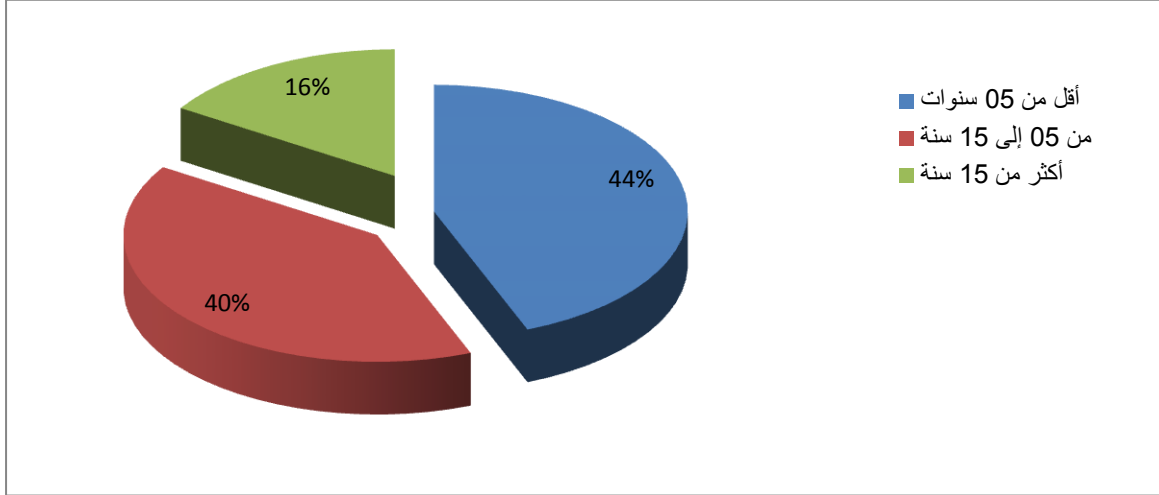
المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (07) أعلاه، نلاحظ أن الأفراد الذين لديهم معدلات خبرة تقل عن 05 سنوات هم النسبة الأكبر من عينة الدراسة بنسبة مئوية تساوي 44%، تليها نسبة 40% التي تمثل الأفراد الذين لديهم سنوات خبرة تتراوح ما بين 05 إلى 15 سنة، وأخيراً نجد أولئك الذين لديهم سنوات خبرة تفوق 15 سنة بنسبة مئوية تبلغ 16%. وبالنظر إلى النتائج السابقة نلاحظ التقارب بين النسب التي تمثل الأفراد الذين لديهم أقل من 05 سنوات بالمؤسسة (نظراً لاعتماد المؤسسة على الشباب) وبين الأفراد الذين لديهم خبرة تتراوح بين 05 إلى

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

15 سنة (وهم الذين يملكون خبرة لا بأس لها)، وهو ما يوضح دمج المؤسسة لعنصر الشباب مع عامل الخبرة، وعدم إهمالها لهذا العميل الأخير الذي يمثله كذلك الأفراد الذين تفوق سنين خدمتهم بالمؤسسة الـ 15 سنة. وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة



المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على نتائج الجدول رقم (07).

5. تحليل البيانات المتعلقة بالوظيفة.

الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة	العدد	النسبة
مدير	02	08%
رئيس مصلحة	09	46%
رئيس مكتب	01	04%
إداري	09	36%
أخرى	04	16%
المجموع	25	100%

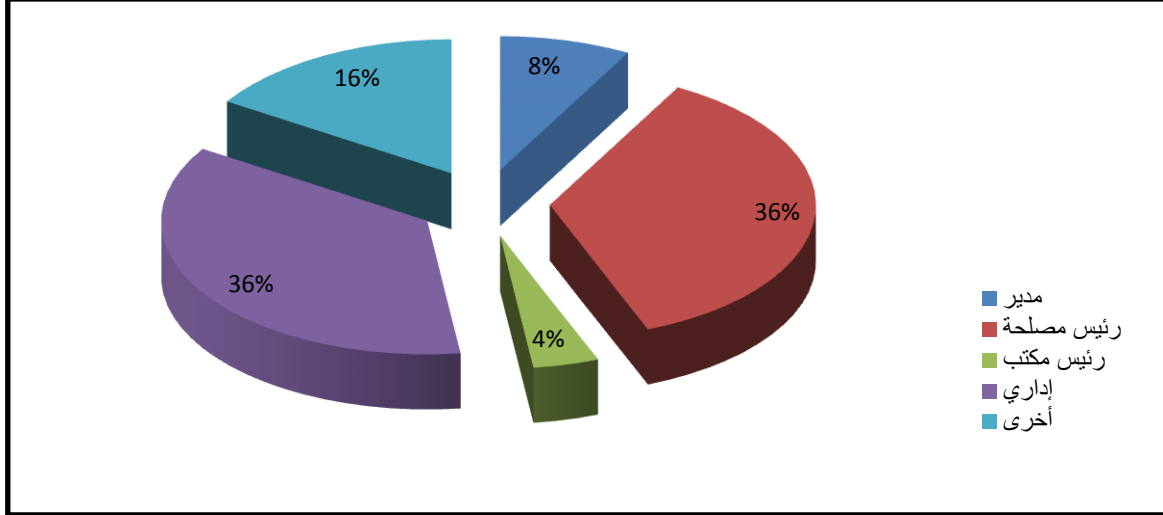
المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (08) أعلاه، نلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يشكلها الأفراد الذين يشغلون منصب رئيس مصلحة بنسبة مئوية 46%، ثم الأفراد الذين يشغلون منصب إداري بنسبة 36%، تليها

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

نسبة 16% تمثل أولئك الذين يشغلون مناصب أخرى بخلاف المناصب المشار إليها في الجدول، وأخيرا نجد أن 02 من أفراد العينة يشغلون منصب مدير، بنسبة مئوية تساوي 08%، وهذا طبيعي إذا علمنا أن عينة الدراسة هي الموظفين والإداريين، ولا تخص بعمال الإنتاج على سبيل المثال. وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج الجدول رقم (08).

ثانيا: تحليل البيانات المنهجية:

خصص هذا المطلب لتحليل البيانات المنهجية لعبارة، فقرات، ومحاور الدراسة، من خلال اختبار درجة موافقة الباحثين عليها، وذلك باستعمال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

1. تحليل المتوسط والانحراف الطبيعي للسياسة البيئية.

الجدول رقم (09): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للسياسة البيئية.

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
01	السياسة البيئية داخل المؤسسة موثقة و معلنة لدى جميع الموظفين	3,72	0,936	03	عالية
02	تراعي السياسة البيئية التأثير البيئي لأنشطة و منتجات المؤسسة	3,76	0,879	01	عالية

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

عالية	02	1,052	3,76	يتم صيانة السياسة البيئية بشكل دوري	03
عالية	04	1,036	3,64	تتوافق السياسة البيئية للمؤسسة مع مختلف القوانين والتشريعات البيئية	04
عالية	-	0,873	3,72	الدرجة الكلية للسياسة البيئية	

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (09)، نلاحظ أن العبارة رقم 02 احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يساوي 3,76 وانحراف معياري 0,879 وهو ما يعني درجة موافقة عالية، تلتها العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي يساوي 3,76 وانحراف معياري 1,052 وهو ما يعني درجة موافقة عالية كذلك لهذه العبارة، ثم العبارة رقم 01 التي بلغ متوسطها الحسابي 3,72 وانحرافها المعياري 0,936، وهذا ما يعني درجة موافقة عالية أيضا، وأخيرا العبارة رقم 04 الذي بلغ متوسطها الحسابي 3,64 وانحرافها المعياري 1,036، وهي ما يدل على درجة موافقة عالية لهذه العبارة.

كما يبين الجدول أعلاه أن الدرجة الكلية لفقرة السياسة البيئية بلغت 3,72 بالنسبة للمتوسط الحسابي، و0,873 بالنسبة للانحراف المعياري، ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا البعد عالية، ما يعني توفر المؤسسة على سياسة بيئية بمستوى عال.

2. تحليل للمتوسط والانحراف الطبيعي للتخطيط البيئي:

الجدول رقم (10): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتخطيط البيئي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
05	يتم تحديد أهداف و غايات بيئية قابلة للتحقيق	3,08	1,222	03	متوسطة
06	يتم وضع مقاييس تسهل من عملية تقدير نسبة التقدم في تحقيق الأهداف و الغايات البيئية	3,40	1,155	01	عالية
07	يتم رصد كافة الإمكانيات و الوسائل الضرورية لبلوغ الأهداف البيئية المحددة	3,12	1,166	02	متوسطة
	الدرجة الكلية للتخطيط البيئي.	3,20	1,000	-	متوسطة

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكرونكس (Géant)

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (10)، نلاحظ أن العبارة رقم 06 احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يساوي 3,40 وانحراف معياري 1,115 وهو ما يعني درجة موافقة عالية، تلتها العبارة رقم 07 بمتوسط حسابي يساوي 3,12 وانحراف معياري 1,116 وهو ما يعني درجة موافقة متوسطة لهذه العبارة، ثم العبارة رقم 05 التي بلغ متوسطها الحسابي 3,08 وانحرافها المعياري 1,222، وهذا ما يعني درجة موافقة متوسطة أيضا. كما يبين الجدول أعلاه أن الدرجة الكلية لفقرة التخطيط البيئي 3,20 بالنسبة للمتوسط الحسابي، و1,000 بالنسبة للانحراف المعياري، ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا البعد متوسطة، ما يعني توفر المؤسسة على تخطيط بيئي بدرجة متوسطة.

3. تحليل المتوسط والانحراف الطبيعي للتنفيذ والتشغيل:

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (11)، نلاحظ أن العبارة رقم 08 احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يساوي 3,56 وانحراف معياري 1,044 وهو ما يعني درجة موافقة عالية، تلتها العبارة رقم 10 بمتوسط

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
-------------	---------	-----------------	-------------------	---------------	---------------

حسابي يساوي 3,44 وانحراف معياري 1,158 وهو ما يعني درجة موافقة عالية كذلك لهذه العبارة، ثم العبارة رقم 11 التي بلغ متوسطها الحسابي 3,04 وانحرافها المعياري 1,098، وهذا ما يعني درجة موافقة متوسطة، وأخيرا العبارة رقم 09 الذي بلغ متوسطها الحسابي 3,00 وانحرافها المعياري 1,225، وهي ما يدل على درجة موافقة متوسطة لهذه العبارة كذلك.

كما يبين الجدول أعلاه أن الدرجة الكلية لفقرة التنفيذ والتشغيل بلغت 3,26 بالنسبة للمتوسط الحسابي، و0,873 بالنسبة للانحراف المعياري، ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا البعد عالية، ما يعني توفر المؤسسة على التنفيذ والتشغيل بدرجة عالية.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

يتم توفير القوى العاملة و المهارات المتخصصة					
08	والتكنولوجيا والتمويل اللازم لتنفيذ نظام الإدارة البيئية للمؤسسة	3,56	1,044	01	عالية
09	يتم تنفيذ برنامج من أجل تدريب و تأهيل العمال بيئيا	3,00	1,225	04	متوسطة
10	يتم مراقبة الوثائق الخاصة بنظام الإدارة البيئية دوريا	3,44	1,158	02	عالية
11	تمتلك المؤسسة مخطط طوارئ يوضح طرق التدخل بشكل دقيق	3,04	1,098	03	متوسطة
	الدرجة الكلية للتنفيذ والتشغيل	3,26	0,873	-	عالية

4. تحليل المتوسط والانحراف الطبيعي لإجراءات الفحص والتصحيح.

الجدول رقم (12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجراءات الفحص والتصحيح

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (12)، نلاحظ أن العبارة رقم 14 احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يساوي 3,24 وانحراف معياري 1,012 وهو ما يعني درجة موافقة متوسطة، تلتها العبارة رقم 13 بمتوسط حسابي يساوي 3,16 وانحراف معياري 0,987 وهو ما يعني درجة موافقة متوسطة كذلك لهذه العبارة، ثم العبارة رقم 14 التي بلغ متوسطها الحسابي 3,12 وانحرافها المعياري 1,092 ، وهذا ما يعني درجة موافقة متوسطة أيضا.

كما يبين الجدول أعلاه أن الدرجة الكلية لفقرة الفحص والتصحيح بلغت 3,17 بالنسبة للمتوسط الحسابي، و0,845 بالنسبة للانحراف المعياري، ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا البعد متوسطة، ما يعني توفر المؤسسة الفصح والتصحيح بدرجة متوسطة.

5. تحليلا لمتوسط والانحراف الطبيعي للمراجعة الإدارية.

الجدول رقم (13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمراجعة الإدارية.

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
-------------	---------	-----------------	-------------------	---------	---------------

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

عالية	03	0,995	3,64	تقوم الإدارة العليا للمؤسسة بمراجعة نظام الإدارة البيئية بصفة دورية	15
عالية	01	0,943	3,84	تتضمن المراجعة الإدارية الالتزام بتحسين المستمر	16
عالية	02	0,792	3,72	تقوم المؤسسة بعملية توثيق مراجعة نظام الإدارة البيئية	17
عالية	-	0,766	3,73	الدرجة الكلية للمراجعة الإدارية.	

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (13)، نلاحظ أن العبارة رقم 16 احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يساوي 3,84 وبانحراف معياري 0,943 وهو ما يعني درجة موافقة عالية، تلتها العبارة رقم 17 بمتوسط حسابي يساوي 3,72 وبانحراف معياري 0,776 وهو ما يعني درجة موافقة عالية كذلك لهذه العبارة، ثم العبارة رقم 15 التي بلغ متوسطها الحسابي 3,64 وانحرافها المعياري 0,995، وهذا ما يعني درجة موافقة عالية أيضا.

كما يبين الجدول أعلاه أن الدرجة الكلية لفقرة المراجعة الإدارية بلغت 3,73 بالنسبة للمتوسط الحسابي، و0,776 بالنسبة للانحراف المعياري، ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا البعد عالية، ما يعني توفر المؤسسة المراجعة الإدارية بدرجة عالية.

6. تحليل للمتوسط والانحراف الطبيعي للمحور الثاني (الصورة الذهنية).

الجدول رقم (14): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثاني (الصورة الذهنية).

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
18	الخدمات التي تقدمها المؤسسة تنال إعجاب ورضا المستفيدين	3,28	1,242	08	متوسطة
19	تساهم المؤسسة في التغييرات الاجتماعية في بيئتها	3,32	1,108	06	متوسطة

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكرونيكس (Géant)

متوسطة	11	1,130	3,12	تحاول المؤسسة استقطاب أكبر عدد من الجماهير المستفيدة	20
عالية	01	0,963	3,52	تهتم المؤسسة بالشكاوي المقدمة من قبل المستفيدين بشكل مستمر	21
متوسطة	09	1,155	3,20	تقدم المؤسسة للجماهير المستفيدة الخدمات التي وعدت بها	22
متوسطة	10	1,106	3,16	تمتلك المؤسسة كوادر من العاملين المهنيين ذو كفاءة عالية في خدمة المستفيدين	23
عالية	04	1,190	3,40	تمتلك المؤسسة أجهزة و معدات حديثة وتجهيزات مكتبية مناسبة من أجل توفير أفضل الخدمات	24
متوسطة	12	1,338	3,04	يوفر العاملون في المؤسسة خدمة سريعة للأعضاء المستفيدين	25
متوسطة	07	0,980	3,28	تمتلك المؤسسة خط عمل بالأنشطة وجداول زمنية محددة في تقديم خدماتها	26
عالية	02	0,963	3,48	تسعى المؤسسة إلى بناء انطباعات وتصورات عقلية جيدة في أذهان الزبائن	27
عالية	03	1,080	3,40	الأخذ بأراء و انطباعات الجماهير عن المؤسسة بعين الاعتبار عند إعداد الاستراتيجية العامة المؤسسة	28
متوسطة	05	1,036	3,36	التزام المؤسسة بالدقة في تنفيذ خدماتها	29
عالية	03	1,080	3,40	سعي المؤسسة إلى الريادة في تقديم خدماتها	30
عالية	-	1,006	3,52	الدرجة الكلية للمحور الثاني (الصورة الذهنية).	

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14) أعلاه، نلاحظ أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الثاني (الصورة الذهنية) تنحصر بين (3,52) و(3,12)، في حين بلغت الدرجة الكلية للمحور 3,52 بالنسبة للمتوسط الحسابي،

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

و1,006 بالنسبة للانحراف المعياري، وهو ما يشير الى درجة موافقة عالية من طرف عينة الدراسة على عبارات المحور الثاني.

أما فيما تعلق بأهمية كل عبارة من عبارات المحور، نجد أن ترتيب العبارات من حيث الأهمية جاء كآآتي: العبارة 21، تلت العبارة رقم 27، ثم العبارة رقم 28 والعبارة رقم 30 مناصفة، العبارة رقم 24، العبارة رقم 29، العبارة رقم 19، العبارة رقم 26، العبارة رقم 18، العبارة رقم 22، العبارة رقم 23، ثم العبارة رقم 20، وأخيرا العبارة رقم 25.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المطلب الثاني: اختبار طبيعة التوزيع.

يتم استخدام هذا الاختبار للتعرف على طبيعة توزيع البيانات ما إذا كانت تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، ومن خلال هذا الاختبار يتم اعتماد الفرضية الصغية H_0 ، عندما يفترض أن البيانات تتوزع طبيعياً، والفرضية البديلة H_1 عندما يفترض بأن البيانات لا تتوزع طبيعياً.

ولمعرفة ما إذا كانت البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً أم لا، يتم استخدام اختبار كولموغروفسميرنوف الذي يستعمل إذا كانت عدد الحالات أكبر من 50، واختبار شايبرو ويلك الذي يستعمل إذا كانت عدد الحالات أقل من 50.

الجدول رقم (15): اختبار الطبيعة

Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-wilk		
مستوى الدلالة	عدد الحالات	مستوى الدلالة	عدد الحالات	
0,200	25	0,050	25	المحور الأول
0,200	25	0,622	25	المحور الثاني
0,200	25	0,763	25	تجميع المحاور

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول (15) نلاحظ أن عدد الحالات في هذه الدراسة هي 25 (أي أقل من 50)، وبالتالي تم الاعتماد على اختبار شايبرو ويلك، وبما أن مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأول 0,050 وهي تساوي 0,05، ومستوى الدلالة للمحور الثاني 0,622 وهي أكبر من 0,05، كما أن مستوى الدلالة الكلية للمحورين بعد التجميع تساوي 0,763 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0,05، ما يعني أن قيمة معامل شايبرو ويلك غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05، وهو ما يعني قبول الفرضية الصغية H_0 القائلة بخضوع العينة للتوزيع الطبيعي، ورفض الفرضية البديلة H_1 القائلة بعدم خضوع العينة للتوزيع الطبيعي، ومنه نطبق على هذه العينة مجموعة الاختبارات المعلمية.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

ان اختبار فرضيات الدراسة يمر عبر اختبار فرضية الدراسة الرئيسية عبر اختبار الفرضيات الأربعة الفرعية، وذلك كما يلي.

أولاً: اختبار (T) ستودنت لمحور نظام الإدارة البيئية.

تنص الفرضية الفرعية الأولى على الآتي: "تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية"، ومن أجل التحقق نستعمل الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 .

الفرضية الصفرية H_0 : لا تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.

الفرضية البديلة H_1 : تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.

ولاختبار صحة هذه الفرضية من عدمها وجب علينا استعمال الأداة الإحصائية المناسبة والتي تتمثل في اختبار ستودنت (T) لعينة واحدة، باعتبار أن العينة تخضع للتوزيع الطبيعي وتقل عن 30 مفردة.

الجدول رقم (16): اختبار (T) ستودنت للمحور الأول (نظام الإدارة البيئية).

نتائج اختبار (T) ستودنت				الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عنوان المحور
الفارق في المتوسط	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T			
0,597	0,003	24	3,258	0,917	3,60	نظام الإدارة البيئية

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول رقم (16) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لنظام الإدارة البيئية بلغ 3,60، والانحراف المعياري 0,919، ما يعني أن المتوسط الحسابي لنظام إدارة البيئة (3,60) أكبر من قيمة المتوسط الحسابي المعد للقياس (3,00)، بفارق موجب يقدر بـ (0,597)، إضافة إلى ذلك نلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة للعينة عند درجة حرية 24 كانت 0,003، وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05، وهو ما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لنظام الإدارة البيئية في المؤسسة محل الدراسة حسب إجابات العينة المدروسة.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكرونكس (Géant)

ثانيا: اختبار (T) ستيودنت للمحور الصورة الذهنية.

تنص الفرضية الفرعية الثانية على الآتي: "تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية"، ومن

أجل التحقق نستعمل الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 .

الفرضية الصفرية H_0 : لا تسعى المؤسسة الاقتصادية تحسين صورتها الذهنية.

الفرضية البديلة H_1 : تسعى المؤسسة إلى تحسين صورتها الذهنية.

ولاختبار صحة هذه الفرضية من عدمها وجب علينا استعمال الأداة الإحصائية المناسبة والتي تتمثل في

اختبار ستيودنت (T) لعينة واحدة، باعتبار أن العينة تخضع للتوزيع الطبيعي وتقل عن 30 مفردة.

الجدول رقم (17): اختبار (T) ستيودنت للمحور الثاني (الصورة الذهنية).

نتائج اختبار (T) ستيودنت				الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عنوان المحور
الفارق في المتوسط	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T			
0,305	0,029	24	2,326	0,655	3,30	الصورة الذهنية

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول رقم (17) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لنظام الإدارة البيئية بلغ 3,30، والانحراف المعياري 0,655، ما يعني أن المتوسط الحسابي لنظام إدارة البيئة (3,30) أكبر من قيمة المتوسط الحسابي المعد للقياس (3,00)، بفارق موجب يقدر بـ (0,305)، إضافة إلى ذلك نلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة للعينة عند درجة حرية 24 كانت 0,029، وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05، وهو ما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للصورة الذهنية في المؤسسة محل الدراسة حسب إجابات العينة المدروسة.

ثالثا: اختبار معامل الارتباط "بيرسون".

تنص الفرضية الفرعية الثالثة على الآتي: "نعم توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية"،

ومن أجل التحقق من مدى قبولها أو رفضها، نستخدم قاعدة القرار التالية:

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

■ الفرضية الصفرية H_0 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة Sig أكبر من 0,05 إذن نقبل الفرضية الصفرية "لا توجد علاقة دلالة إحصائية"، ونرفض الفرضية البديلة "توجد علاقة ذو دلالة إحصائية"

■ الفرضية البديلة H_1 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة Sig أقل من 0,05 إذن نرفض الفرضية الصفرية "لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية"، ونقبل الفرضية البديلة "توجد علاقة ذو دلالة إحصائية".

ولاختبار صحة هذه الفرضية من عدمها وجب علينا استعمال الأداة الإحصائية المناسبة والتي تتمثل في معامل الارتباط "بيرسون" لدراسة العلاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية.

الجدول رقم (18): معامل الارتباط بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) وبين المتغير التابع (الصورة الذهنية).

المحور الثاني	المحور الأول		
0,548	//	معامل الارتباط	المحور الأول
0,005		مستوى الدلالة	
//	0,548	معامل الارتباط	المحور الثاني
	0,005	مستوى الدلالة	

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (18) أعلاه، نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط "بيرسون" بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) وبين المتغير التابع (الصورة الذهنية) يساوي 0,548، وهي القيمة التي تقع بين {0,5 - 0,1} والتي تشير إلى علاقة قوية بين المتغيرين. كما أن مستوى الدلالة sig يساوي 0,005 وهي قيمة أقل بكثير من 0,05، وهذا ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha=0,05$ بين نظام إدارة البيئة والصورة الذهنية.

رابعاً: اختبار الانحدار الخطي بين المتغير التابع والمستقل.

تنص الفرضية الفرعية الرابعة على "نعم يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية"، ومن أجل التحقق من مدى قبولها أو رفضها، نستخدم قاعدة القرار التالية:

■ الفرضية الصفرية H_0 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة Sig أكبر من 0,05 إذن نقبل الفرضية الصفرية "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية"، ونرفض الفرضية البديلة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية"

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

■ الفرضية البديلة H_1 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة Sig أقل من 0,05 إذن نرفض الفرضية الصفرية "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية"، ونقبل الفرضية البديلة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية".

ولاختبار صحة هذه الفرضية من عدمها وجب علينا استعمال الأداة الإحصائية المناسبة والتي تتمثل في الانحدار الخطي البسيط لدراسة أثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية.

الجدول رقم (19): معاملي الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) وبين المتغير التابع (الصورة الذهنية).

تحديد التباين ANOVA				معاملي المتغير المستقل	الجزء الثابت	معاملي التحديد R^2	معاملي الارتباط R	
اختبار T للنموذج		اختبار F للنموذج						
المعنوية	قيمة T	المعنوية	قيمة F					
0,000	4,107	0,005	9,848	0,391	1,898	0,30	0,548	نظام الإدارة البيئية
								الصورة الذهنية

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول يلاحظ أن مهامل الارتباط يساوي 0,548، وهو ما يدل على علاقة موجبة قوية وذات دلالة إحصائية بين كل من نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية، ويتضح بأن قيمة الجزء الثابت تساوي 1,898 في حين كانت قيمة معاملي المتغير المستقل 0,391، كما يشير تحليل التباين أن قيمة F تساوي 9,848 وهي معنوية عند مستوى دلالة 0,05، كما أن قيمة T تساوي 4,107 وهي معنوية عند مستوى دلالة 0,000، وبالتالي فإن معاملي النموذج معنوية ومقبولة إحصائياً ولا يمكن أن تنعدم، ويمكن تمثيل نموذج الانحدار البسيط كما يلي:

$$Y = 1,898 + 0,391X$$

حيث أن:

Y: المتغير التابع (الصورة الذهنية).

X: المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية).

النتيجة هي أن محور نظام الإدارة البيئية يؤثر تأثيراً إيجابياً على محور الصورة الذهنية، يعني أن الامتثال تطبيق نظام الإدارة البيئية من طرف المؤسسة محل الدراسة له تأثير إيجابي على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث أن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 30% من التغير الحاصل في المتغير التابع.

الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس (Géant)

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية التي قمنا بها عبر الفصل الأول على عينة من الموظفين والإداريين بمؤسسة لطفي الكترونيكس فرع من فروع شركة Géant الواقعة بولاية برج بوعرييج، وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى المؤسسة محل الدراسة، حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع وتحليل البيانات، وقد تم توزيع 25 استبانة على عينة الدراسة، استرجع منها 25، بنسبة مئوية 100%، وهي الاستبانة التي تمت معالجتها عبر برنامج الحزمة الإحصائية Spss، من خلال تطبيق الوسائل والأدوات الإحصائية المناسبة، والتي تمثلت في معامل "ألفا كورنباخ" لاختبار صدق وثبات أداة الدراسة، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة درجة موافقة المبحوثين على عبارات، فقرات، ومحاور الاستبانة. إضافة لاستعمال اختبار الطبيعة عبر اختبار شايبرو ويلك، كما تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) والمتغير المستقل (الصورة الذهنية)، إضافة لاستعمال اختبار T ستيودنت لاختبار فرضيات الدراسة الفرعية الأولى والثانية، كما استعملنا أيضا الانحدار الخطي البسيط بين متغيري الدراسة لمعرفة الأثر بين المتغيرين، وللوصول إلى اختبار فرضيات الدراسة الفرعية والفرضية الرئيسية، بهدف الإجابة على إشكالية الدراسة، وقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج، وهي النتائج التي نستعرضها عبر خاتمة هذه الدراسة.

خاتمة

من خلال دراستنا التي تضمنت جانبين الجانب النظري والجانب التطبيقي، حاولنا أن نتعرف على أهمية ودور نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، إن تبني نظام الإدارة البيئية يؤدي ذلك إلى دمج الاعتبار البيئي ضمن كل عمليات المؤسسة الاقتصادية بما في ذلك جانب تقديم الخدمة وهذا بدوره يسمح بتحقيق بيئة عمل ملائمة ومناسبة من جميع الجوانب المتعلقة بالعمل وبظروفه مما يسمح بكسب ثقة الجمهور فالصورة الذهنية هي التي تمثل الإطار الذي يضم مجموع انطباعات واتجاهات الأفراد نحو المؤسسة، فالصورة عنصر معلوماتي يستخدمه الجمهور في عملية تقييم الخدمة أو المنتج.

ومن خلال هذه الدراسة التي تمحورت حول "مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية" كان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة معرفة مساهمة عملية تبني نظام الإدارة البيئية ودمجها ضمن أنشطة وعمليات المؤسسة الاقتصادية في تحسين الصورة الذهنية، حيث تم إسقاط هاذين المتغيرين على إحدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وهي مؤسسة "جيو" واستهدفت الدراسة مجموعة من الموظفين في المؤسسة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وطرح مجموعة من الاقتراحات ومواضيع قد تكون آفاقا لدراسات مستقبلية يمكن توضيحها كالآتي:

أولا: نتائج الدراسة

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج العامة

- تبني المؤسسة لنظام الإدارة البيئية يساهم في تحسين الصورة الذهنية.
- للمؤسسة سياسة بيئية على مستوى عال تدرج ضمن نظام الإدارة البيئية.
- يساهم تبني المنظمة لنظام إدارة بيئية في تحسين صورة المؤسسة.
- تعمل المؤسسة محل الدراسة على دمج نظام الإدارة البيئية ضمن أنشطتها وعملياتها.

ثانيا: النتائج حسب الفرضيات

1. الفرضية الفرعية الأولى

H0: لا تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.

H1: تتبنى المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.

أظهرت نتائج "اختبار (T) ستيودنت" لمحور نظام الإدارة البيئية إلى أن مستوى الدلالة (0,003) هو أقل من 0,05، وهذا يعني قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية، على أساس أن المتوسط الحسابي المحسوب للمحور الخاص بنظام الإدارة البيئية أكبر من قيمة المتوسط الحسابي المعتمدة في القياس (03). وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تقضي بتبني المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة لنظام الإدارة البيئية بمستوى مقبول، ورفض الفرضية الصفرية.

الفرضية الفرعية الثانية

H0: لا تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية.

H1: تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية.

أظهرت نتائج اختبار (T) ستيودنت " لمحور الصورة الذهنية إلى أن مستوى الدلالة (0,029) هو أقل من 0,05، وهذا يعني قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية، على أساس أن المتوسط الحسابي المحسوب للمحور الخاص بنظام الصورة الذهنية أكبر من قيمة المتوسط الحسابي المعتمدة في القياس (03).

وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية التي تقضي بسعي المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية بمستوى مقبول، ورفض الفرضية الصفرية.

الفرضية الفرعية الثالثة

H0: لا توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية.

H1: توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط "سبيرمان" بالنسبة للمؤسسة محل الدراسة بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) والمتغير التابع (الصورة الذهنية) بأن قيمة معامل "سبيرمان" بلغت 0,548، ومستوى دلالة 0,005 أقل من 0,05، مما يدل على وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) والمتغير التابع (الصورة الذهنية).

وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تقضي بوجود علاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية، ورفض الفرضية الصفرية.

الفرضية الفرعية الرابعة:

H0: لا يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية.

H1: يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية.

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل (نظام الإدارة البيئية) والمتغير التابع (الصورة الذهنية)، بأن معالم النموذج معنوية ومقبولة إحصائياً، وأن محور نظام الإدارة البيئية يؤثر أثراً إيجابياً متوسطاً على محور الصورة الذهنية في المؤسسة محل الدراسة، حيث أن المحور المستقل يفسر ما نسبته 30% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع.

وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الرابعة التي تقضي بوجود أثر لنظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية، ورفض الفرضية الصفرية.

مما سبق يمكن تلخيص النتائج حسب الفرضيات في الجدول الموالي:

الجدول رقم (78): ملخص نتائج فرضيات الدراسة

النتيجة	محتوى الفرضية	الفرضية
محقة	تبني المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة نظام الإدارة البيئية.	الأولى
محقة	تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين صورتها الذهنية.	الثانية
محقة	نعم توجد علاقة بين نظام الإدارة البيئية والصورة الذهنية.	الثالثة
محقة	نعم يؤثر نظام الإدارة البيئية على الصورة الذهنية.	الرابعة

المصدر: من إعداد الطلبة.

من خلال الجدول يلاحظ تحقق فرضيات الدراسة الفرعية الأولى، الثانية، الثالثة، والرابعة، وبالتالي تحقق الفرضية الرئيسة للدراسة التي تنص على: "يساهم تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية بشكل جيد".

ثالثا: الاقتراحات

- ضرورة الاهتمام بنظام الإدارة البيئية بشكل أفضل بالمؤسسات الاقتصادية؛
- العمل على توفير بيئة عمل ملائمة لمقدمي الخدمة من جميع الجوانب في المؤسسات الاقتصادية؛
- العمل على تدريب جميع مقدمي الخدمة وتوعيتهم بالطريقة الصحيحة في إدارة البيئة بالمؤسسات الاقتصادية؛
- ضرورة دمج عناصر الإدارة البيئية واستراتيجياتها ضمن عمليات المؤسسة الاقتصادية لتحسين الظروف والشروط البيئية بالمؤسسة؛
- ضرورة تطبيق كل القوانين الخاصة بالنشاط الاقتصادي والإمتثال لها بالمؤسسات الاقتصادية؛
- العمل على انشاء لجنة مختصة داخل المؤسسات الاقتصادية تركز على الجوانب البيئية والصورة الذهنية ومعالجة كل المشاكل بخصوص ذلك؛
- تحفيز الإستثمار داخل الشركة في المجال البيئي بتخصيص إعتمادات مالية معتبرة لوظيفة الإدارة البيئية؛
- وضع قاعة مكيفة ومجهزة للانتظار والاستقبال؛
- إحداث تكامل بين الوظائف في المؤسسة، وتمكين الجميع من تبادل المعلومات التي تمكن من إيجاد حلول للمشاكل البيئية؛
- ضرورة إدراك الرؤساء في المؤسسة بأهمية العمال كونهم عملاء داخليين، ومن ثم العمل على ضمان ولائهم؛
- أهمية التوافق في قيم الأفراد العاملين داخل المؤسسة وما تحققه من تبني أفضل لنظام الإدارة البيئية.

رابعاً: آفاق الدراسة

- إن دراسة موضوع "مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية" يعتبر نقطة انطلاق للعديد من الدراسات التي يمكن معالجتها في المستقبل، ويمكن اقتراح بعض المواضيع كالاتي:
- أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية.
 - دور نظام الإدارة البيئية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال.
 - دور الصورة الذهنية للمؤسسة في التأثير على المستهلك النهائي.
 - تأثير نظام الإدارة البيئية على الأداء الوظيفي.
 - أثر تبني نظام الإدارة البيئية في ترشيد النفقات.
 - قياس الصورة الذهنية للجامعات وبناء علاقة استراتيجية مع جمهور الطلاب.
 - دور الإعلان في تحسين صورة المؤسسة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المصادر

1. القرآن الكريم

أ- المعاجم

1. كلود فوسلر، بيتر جيمس، ترجمة علاء أحمد صلاح، إدارة البيئة من أجل جودة الحياة، مركز الخبرات الفنية للإدارة، مصر، 2001 .

ثانياً: المراجع باللغة العربية

ب- الكتب

1. إسماعيل القزاز، عادل كوريل، نظام الإدارة البيئية بموجب متطلبات مواصفة الإيزو 2004:

14001، دار دجلة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015.

2. السيد أحمد الخطيب، النظام البيئي و التلوث، المكتبة المصرية للطباعة و النشر، مصر، 2004.

3. باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2014.

4. بسام عبد الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

5. جمال أحمد حسين، الإنسان وتلوث البيئة، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن 2004.

6. جالو جيرنو أحمد، الفضائيات المتخصصة والصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

7. حسين أحمد شحاتة، محمد حسام محمد عوض، مقدمة في علم البيئة، كلية العلوم جامعة الأزهر للنشر، مصر، 2005

8. حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط2، دار أسامة والتوزيع، عمان، 2013.

9. كريمان فريد، علي عجوة، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2008.

10. محمد منير حجاب، الاتصالات الفعالة للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع،

11. راتب سعود، الإنسان و البيئة - دراسة في التربية البيئية - دار حامد، عمان، الأردن، ط 02، 2007.

12. رشيد الحمد، محمد سعيد صابريني، البيئة ومشكلاتها، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979.

13. رعد حسن الصرن، نظم الإدارة البيئية و الإيزو14000، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، سوريا، 2001
14. عبد المجيد عمر النجار، قضايا البيئة من منظور إسلامي، الطبعة الثانية، مركز البحوث و الدراسات، قطر، 1999.
15. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2003.
16. عبيدة صبطي، كلثوم مسعود، مدخل إلى العلاقات العامة ، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
17. فراس أحمد الخرجي، الإدارة البيئية، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2007.
18. محمد العودات، النظام البيئي و التلوث، دط، الإدارة العامة للتوعية العلمية و النشر، المملكة العربية السعودية، 2000.
19. نجم العزاوي وآخرون، إدارة البيئة ومتطلبات تطبيقات ISO 14001، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- ج- الأطروحات والمذكرات
1. براهيم شراف، أثر الإدارة البيئية على كفاءة المشاريع الصناعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، بسكرة، 2016/2017.
2. برني لطيفة، دور الإدارة البيئية في تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسة الصناعية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، بسكرة، 2007/2008
3. دحمون فوزي، غمام مراد، أهمية المراجعة البيئية في تطوير الأداء البيئي في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2014.
4. زقادي حنين، مرنيز سميرة، أثر مستويات التعليم التنظيمي على الأداء المتوازن-دراسة حالة مؤسسة لطفي الكترونيكس- مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، الجزائر، 2020/2021.

5. يزناًكرم النوافلة، الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2020.
6. كمال لحر، صورة المجتمع الجزائري في **1856 la revue africane -1962**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011.
7. نحاوة لونيس، أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي تواجه رؤساء الفرق لكرة الطائرة، مذكرة ماجستير، المركز الجامعي محمد الشريف مساعديه، معهد العلوم الطبيعية والحياة، قسم التربية المدنية والرياضية، سوق أهراس، 2011-2012.
8. عبد الكريم لحيلج، دور نظام الإدارة البيئية **ISO 14001**، في توجيه السلوك البيئي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، سطيف، 2016/2017.
9. عبد الله مصطفى عبد الله الفراء، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهور المستفيدين، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2018.
10. علي محمد الخطيب، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
11. مشان عبد الكريم، دور نظام الإدارة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011/2012.
12. مريم ساه، معوقات تطبيق الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التنظيم و العمل، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جيجل، 2016/2017.
13. نرغي فاطمة الزهراء، تطبيق متطلبات نظام الإدارة البيئية **ISO14001** في المؤسسات الاقتصادية، دراسة حالة المؤسسات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017.

14. فاطمة همال، إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2021-2022.

15. فاسي فاطمة الزهراء، إستراتيجية صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر، 2006-2007.

16. صالح الشيوخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، دبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، 2009.

د- المؤتمرات والملتقيات العلمية

1. تركستاني عبد العزيز، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمملكة، ورقة عمل مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي الثاني صورة المملكة العربية السعودية في العالم، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 2014.

هـ- المجلات العلمية

1. إسماعيل طارق، تحليل و تحميل الأنشطة البيئية في ضوء مدخل محاسبة على أساس النشاط، مجلة التكاليف، العدد 02، 2000.

2. إيثار عبد الهادي آل فيحان، سوزان عبد الغاني البياتي، نظام الإدارة البيئية ISO 2004 14001، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 70، العراق، 2008.

3. بسمة مناخ، جبار بوكثير، أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وفق المواصفة الدولية ISO 14000 على الأداء البشري في المؤسسات الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، المجلد الثالث، العدد الأول، الجزائر، 2018.

4. داليا محمود حسن النهري، وآخرون، الإدارة البيئية و أثرها على تحقيق جودة الحياه، مجلة جمعية المهندسين المصرية، المجلد 58، العدد الأول، 2019.

5. نجيب كامل، مدخل نظري لإدارة أزمة الصورة الذهنية للشركات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01.

قائمة المراجع

6. سمير عماري، أيمن زيد، نظام الإدارة كآلية لتطوير الأداء الاستراتيجي بالمؤسسات الصناعية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 07، العدد 06، الجزائر، 2008.
7. شتوح وليد، مكانة نظام الإدارة البيئية الإيزو 14000، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، المجلد 07، العدد 02، الجزائر، 2014.
8. عامر ملايكة و طلحي فاطمة الزهراء، واقع الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية، مجلة الإبداع، المجلد 11، العدد 02، 2021.
9. علاء سرحان، الاتجاهات المعاصرة لإدارة جودة البيئة، مجلة الجمعية الإحصائية المصرية، المجلد 15، العدد الأول، 1999.
10. فارس مسدور، أهمية تدخل الحكومة في حماية البيئة من خلال الجباية البيئية، مجلة الباحث، ورقة، العدد 07، 2009.
11. موسى عبد الناصر، رحمان أمال، الإدارة البيئية و آلية تفعيلها في المؤسسة الصناعية، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، العدد 04، الجزائر، 2008.

و-القوانين

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون 03- 10 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، العدد 43، 20 يوليو 2003.

ر-التقارير والمنشورات

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

أ. الكتب

1. Hussein Al-bahrani, **Environmental Management**, 4th stage, p 03.
2. Marie. Hélène WESTFALEN, **communicator: le guide de la communication marketing**, DUNOD, 3 éme éd, 2001, PP : 09-10.
3. Vernettes ERIC et autres, **la publicité: Théorie**, acteurs et méthodes, la documentation française, Paris, 2000, PP:90- 92.

المقالات

ثالثا: المواقع الالكترونية

1. الموقع الإلكتروني ويكيبيديا ar.m.wikipedia.org/wiki، تاريخ الإطلاع : 25/03/2022 ، على الساعة: 17:50.

الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبانة.

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية

تخصص إدارة أعمال

قسم علوم التسيير

استبانة بحث بعنوان:

مساهمة تبني نظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية

- دراسة حالة مؤسسة Géant فرع برج بوعريريج -

تحية طيبة، أما بعد

في إطار إعداد مذكرة تخرج ماستر شعبة علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، ومن أجل معالجة إشكالية الدراسة و الوصول لحقائق علمية يرجى منكم الإجابة على عبارات الاستبانة وذلك بوضع علامة (X) بالخيار المناسب لإجابتك، علما أن المعلومات التي سيتم جمعها من خلال إجاباتكم ستحاط بالسرية التامة كما تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

تحت إشراف

من إعداد الطالبتين:

- د. فاتح زعيتير

- شيماء بن جدو

- حكيمة شيهب

محورالبيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى السن: أقل من 25 سنة من 26 إلى 35 من 36 إلى 45 من 46 إلى 55 من 65 فما فوق المستوى الدراسي: ثانوي جامعي دراسات عليا تقني سامي أخرى سنوات الخبرة: 5 سنوات فأقل من 05 سنوات إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة نوع الوظيفة: مدير رئيس مصلحة رئيس مكتب إداري أخرى

الملاحق

المحور الأول: نظام الإدارة البيئية: يتم التعرف على واقع نظام الإدارة البيئية من خلال العناصر الخاصة بهذا النظام

1- السياسة البيئية

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
01	السياسة البيئية داخل المؤسسة موثقة و معلنة لدى جميع الموظفين					
02	تراعي السياسة البيئية التأثير البيئي لأنشطة و منتجات المؤسسة					
03	يتم صيانة السياسة البيئية بشكل دوري					
04	تتوافق السياسة البيئية للمؤسسة مع مختلف القوانين و التشريعات البيئية					

2- التخطيط البيئي

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
05	يتم تحديد أهداف و غايات بيئية قابلة للتحقيق					
06	يتم وضع مقاييس تسهل من عملية تقدير نسبة التقدم في تحقيق الأهداف و الغايات البيئية					
07	يتم رصد كافة الإمكانيات و الوسائل الضرورية لبلوغ الأهداف البيئية المحددة					

3- التنفيذ و التشغيل

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
08	يتم توفير القوى العاملة و المهارات المتخصصة و التكنولوجيا والتمويل اللازم لتنفيذ نظام الإدارة البيئية للمؤسسة					
09	يتم تنفيذ برنامج من أجل تدريب و تأهيل العمال بيئيا					
10	يتم مراقبة الوثائق الخاصة بنظام الإدارة البيئية دوريا					
11	تمتلك المؤسسة مخطط طوارئ يوضح طرق التدخل بشكل دقيق					

4- إجراءات الفحص و التصحيح

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
12	تتم مقارنة العمليات/ الأهداف المنجزة مع ما تم تخطيطه					
13	تقوم المؤسسة باتخاذ الإجراءات التصحيحية و التقويمية لتقليص الفجوة بين ماتم تخطيطه و ما تم تحقيقه فعليا					
14	تسجل المؤسسة المعلومات التي تساعد في الإجراءات الرقابية					

5- المراجعة الإدارية

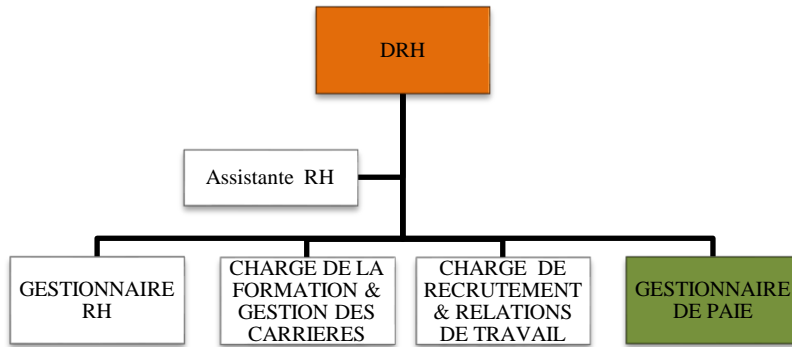
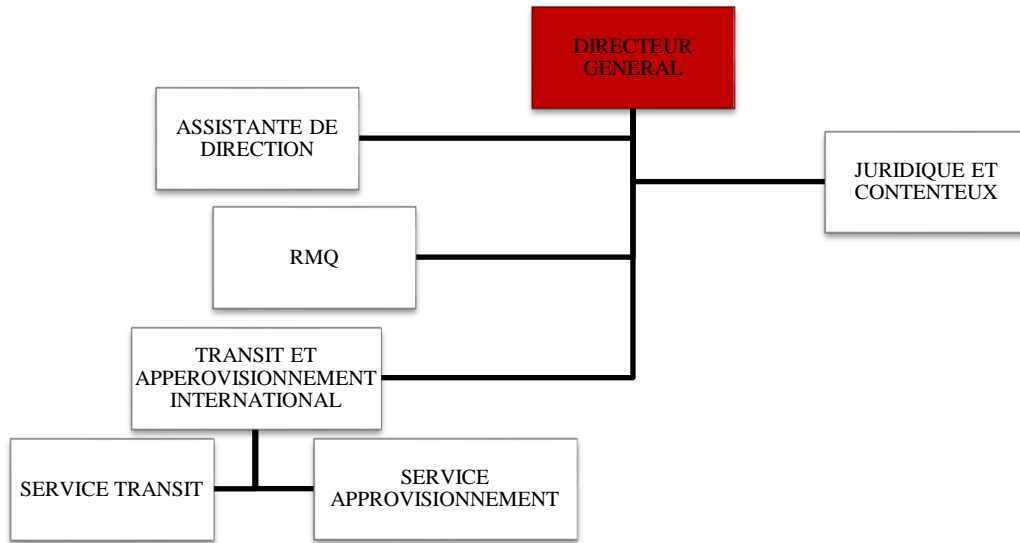
الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
15	تقوم الإدارة العليا للمؤسسة بمراجعة نظام الإدارة البيئية بصفة دورية					
16	تتضمن المراجعة الإدارية الالتزام بالتحسين المستمر					
17	تقوم المؤسسة بعملية توثيق مراجعة نظام الإدارة البيئية					

المحور الثاني: الصورة الذهنية

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
18	الخدمات التي تقدمها المؤسسة تنال إعجاب و رضا المستفيدين					
19	تساهم المؤسسة في التغيرات الاجتماعية في بيئتها					
20	تحاول المؤسسة استقطاب أكبر عدد من الجماهير المستفيدة					
21	تهتم المؤسسة بالشكاوي المقدمة من قبل المستفيدين بشكل مستمر					
22	تقدم المؤسسة للجماهير المستفيدة الخدمات التي وعدت بها					
23	تمتلك المؤسسة كوادر من العاملين المهنيين ذو كفاءة عالية في خدمة المستفيدين					
24	تمتلك المؤسسة أجهزة و معدات حديثة وتجهيزات مكنية مناسبة من أجل توفير أفضل الخدمات					
25	يوفر العاملون في المؤسسة خدمة سريعة للأعضاء المستفيدين					
26	تمتلك المؤسسة خط عمل بالأنشطة وجداول زمنية محددة في تقديم خدماتها					
27	تسعى المؤسسة إلى بناء انطباعات وتصورات عقلية جيدة في أذهان الزبائن					
28	الأخذ بآراء و انطباعات الجماهير عن المؤسسة بعين الاعتبار عند إعداد الاستراتيجية العامة المؤسسة					
29	التزام المؤسسة بالدقة في تنفيذ خدماتها					
30	سعي المؤسسة إلى الريادة في تقديم خدماتها					

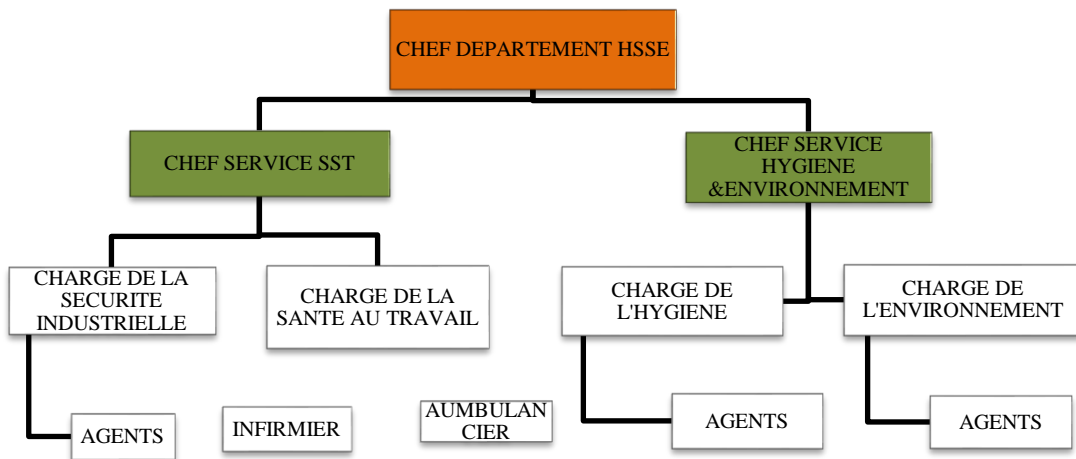
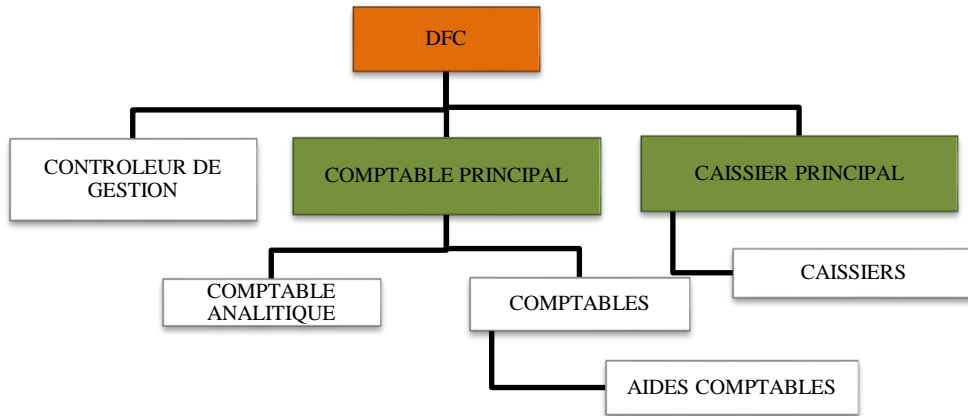
شكرا لحسن تعاونكم

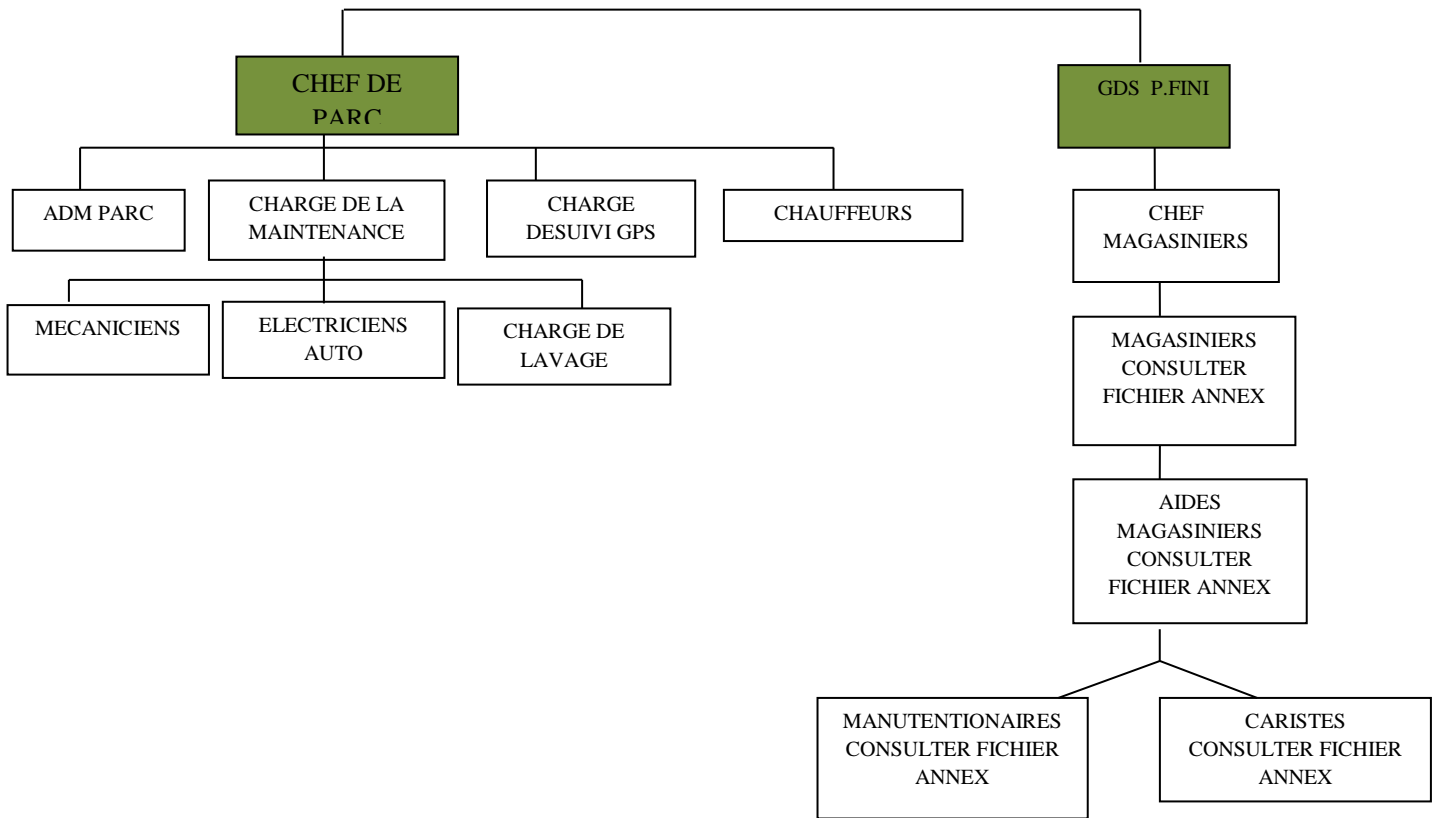
الملحق رقم 02: هياكل المؤسسة.

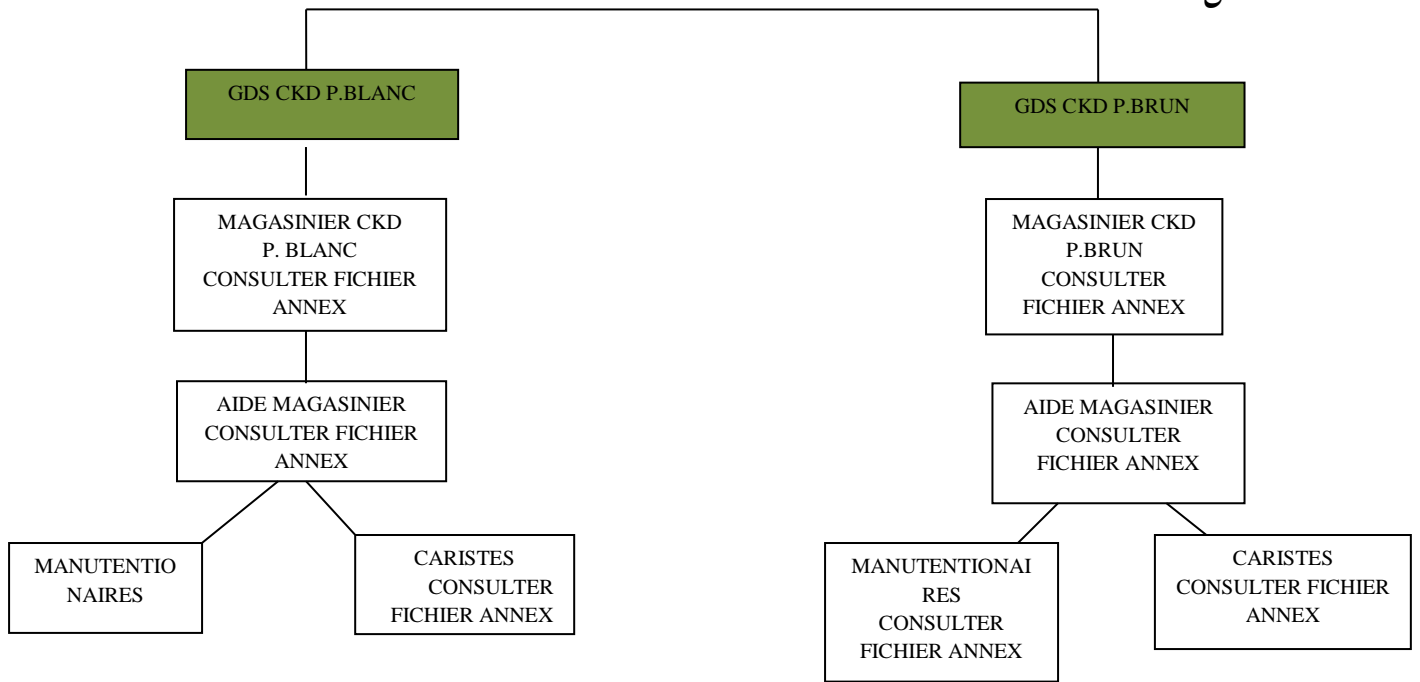


- AGENT RH SAV
- AGENT RH LACHBOUR
- AGENT RH Z.INDS
- AGENT RH U.ELECTRO

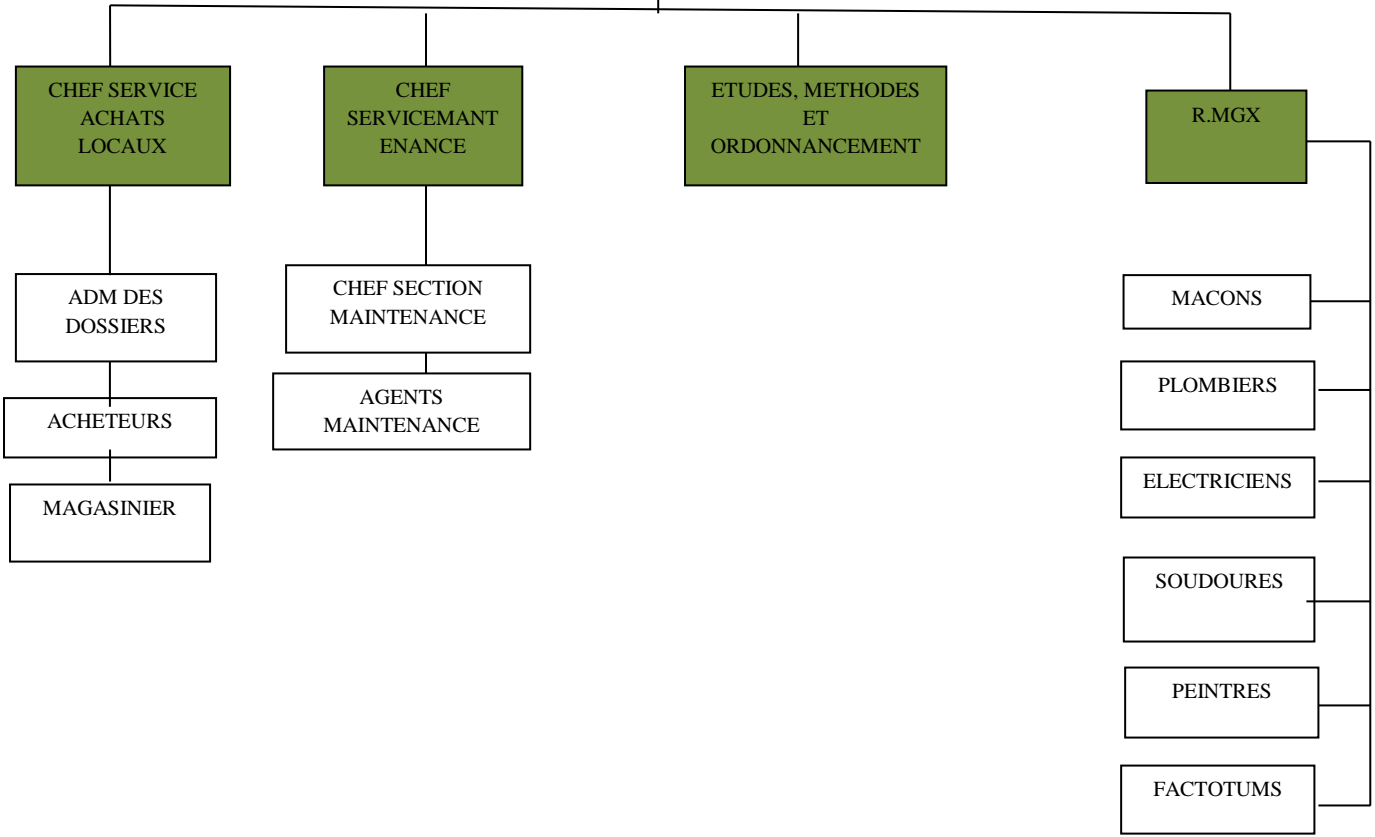


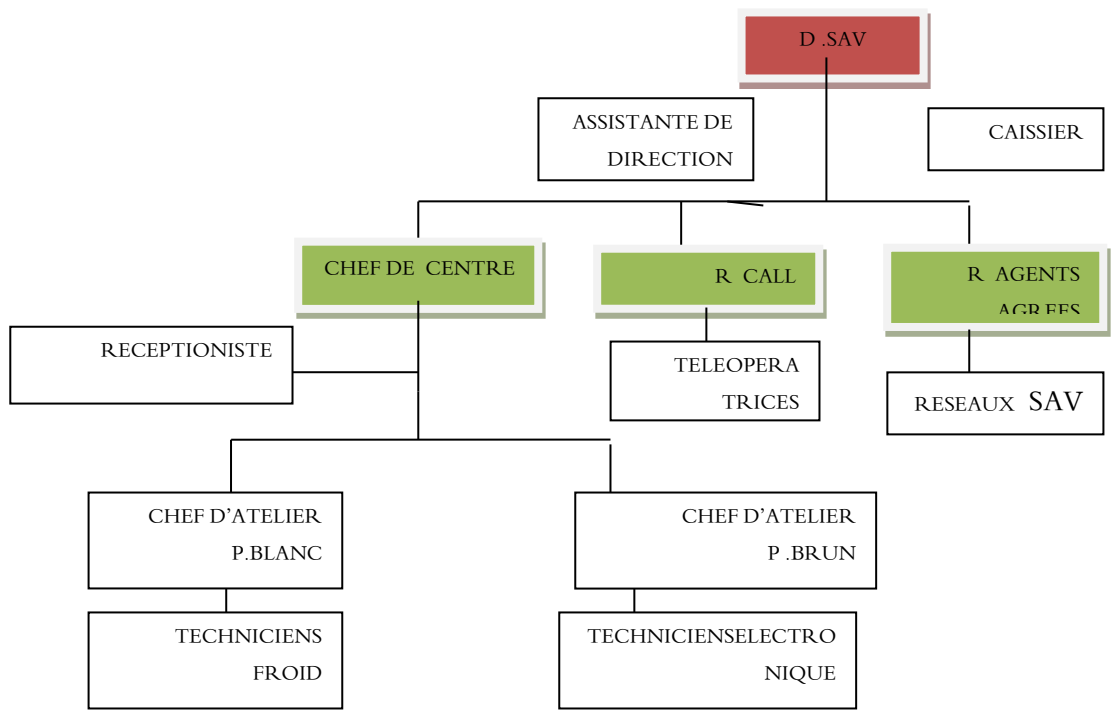
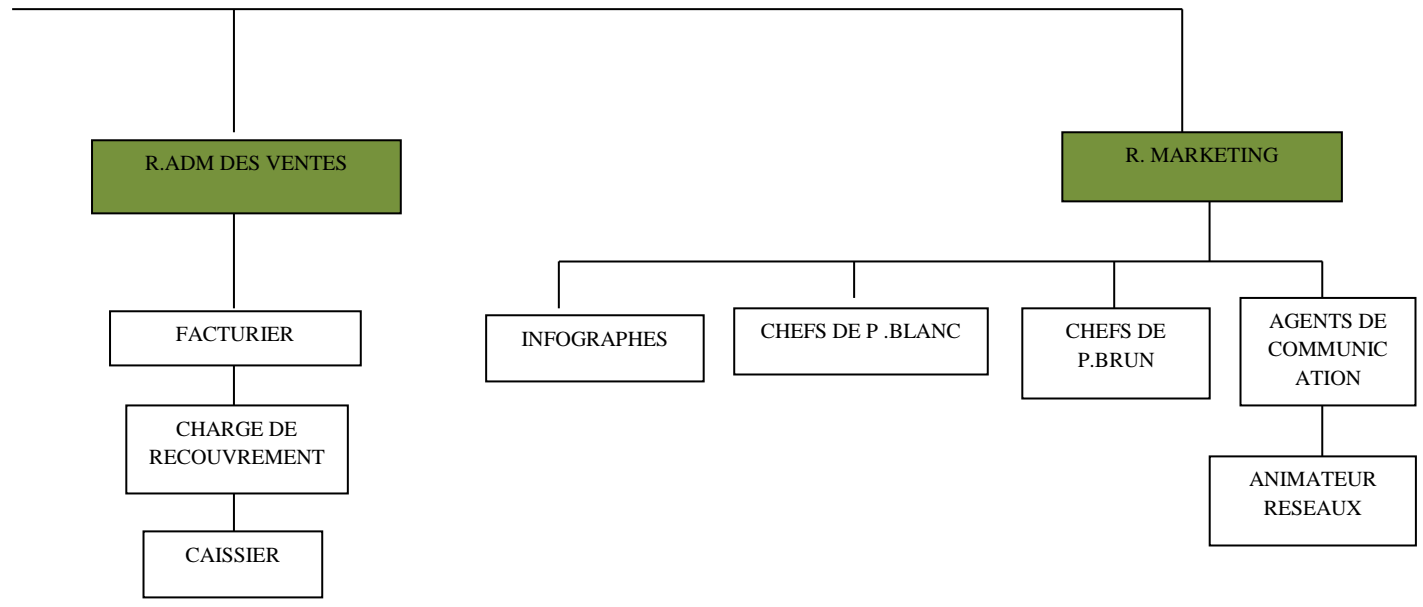
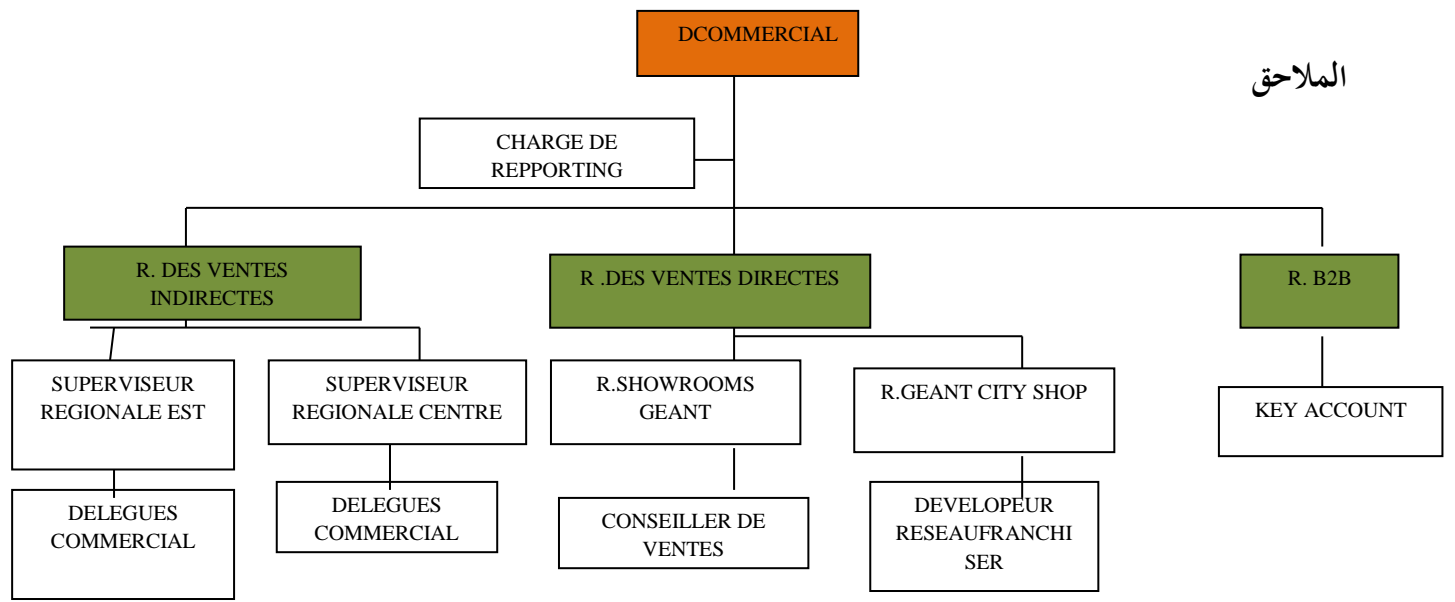


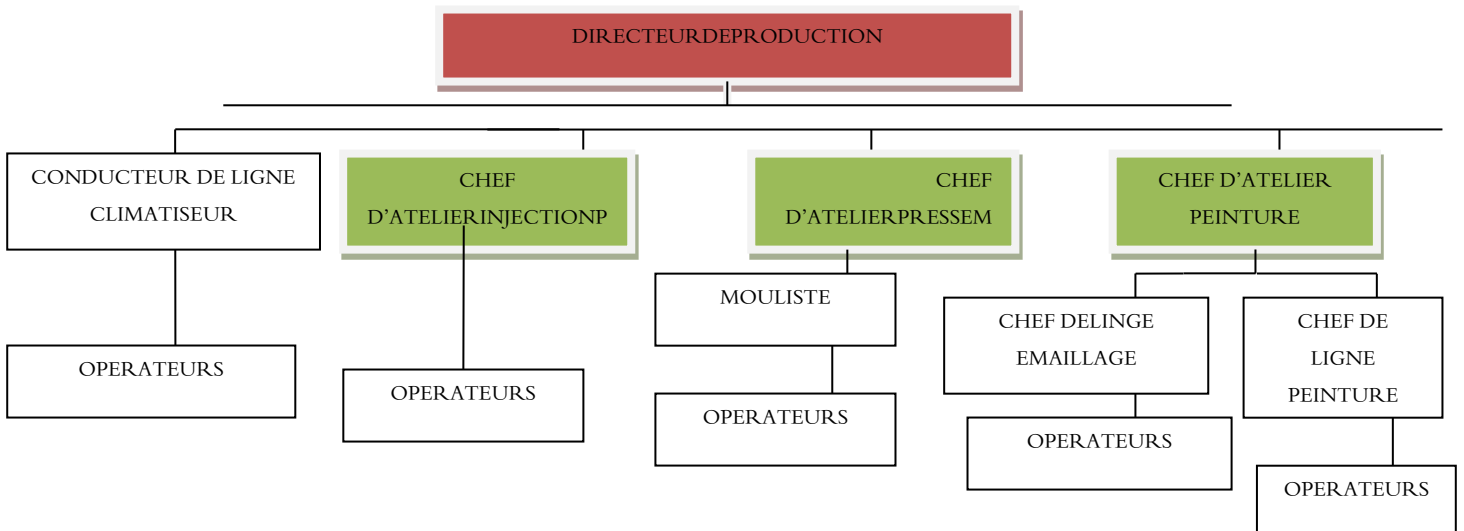
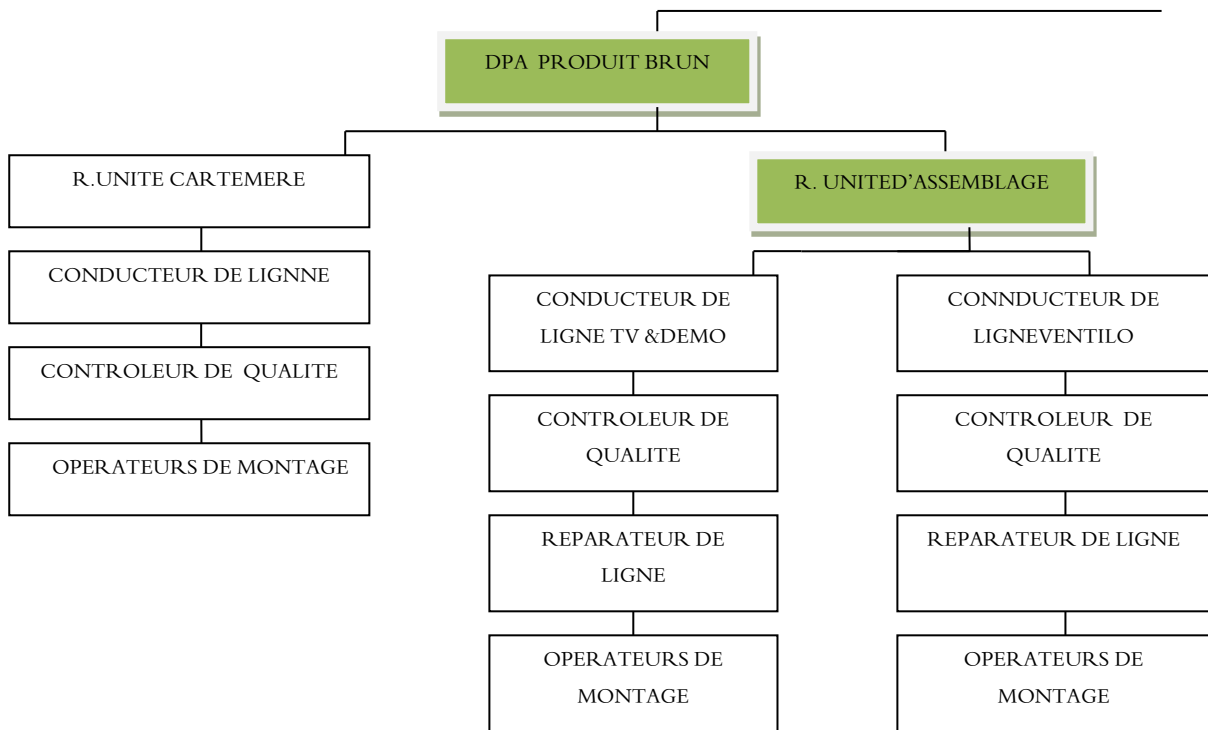
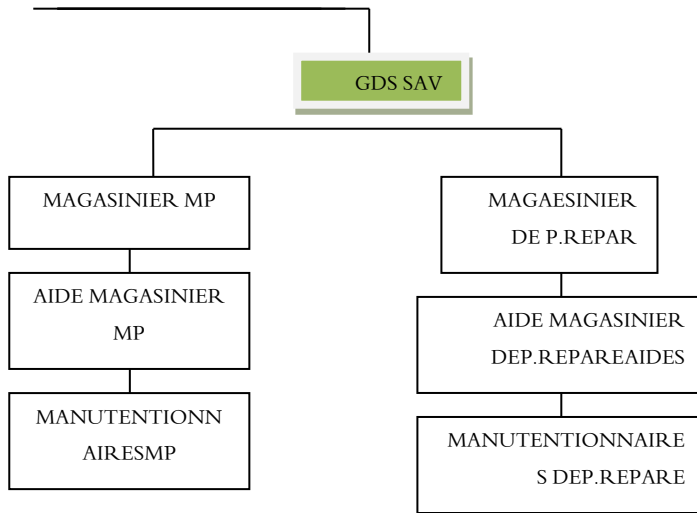


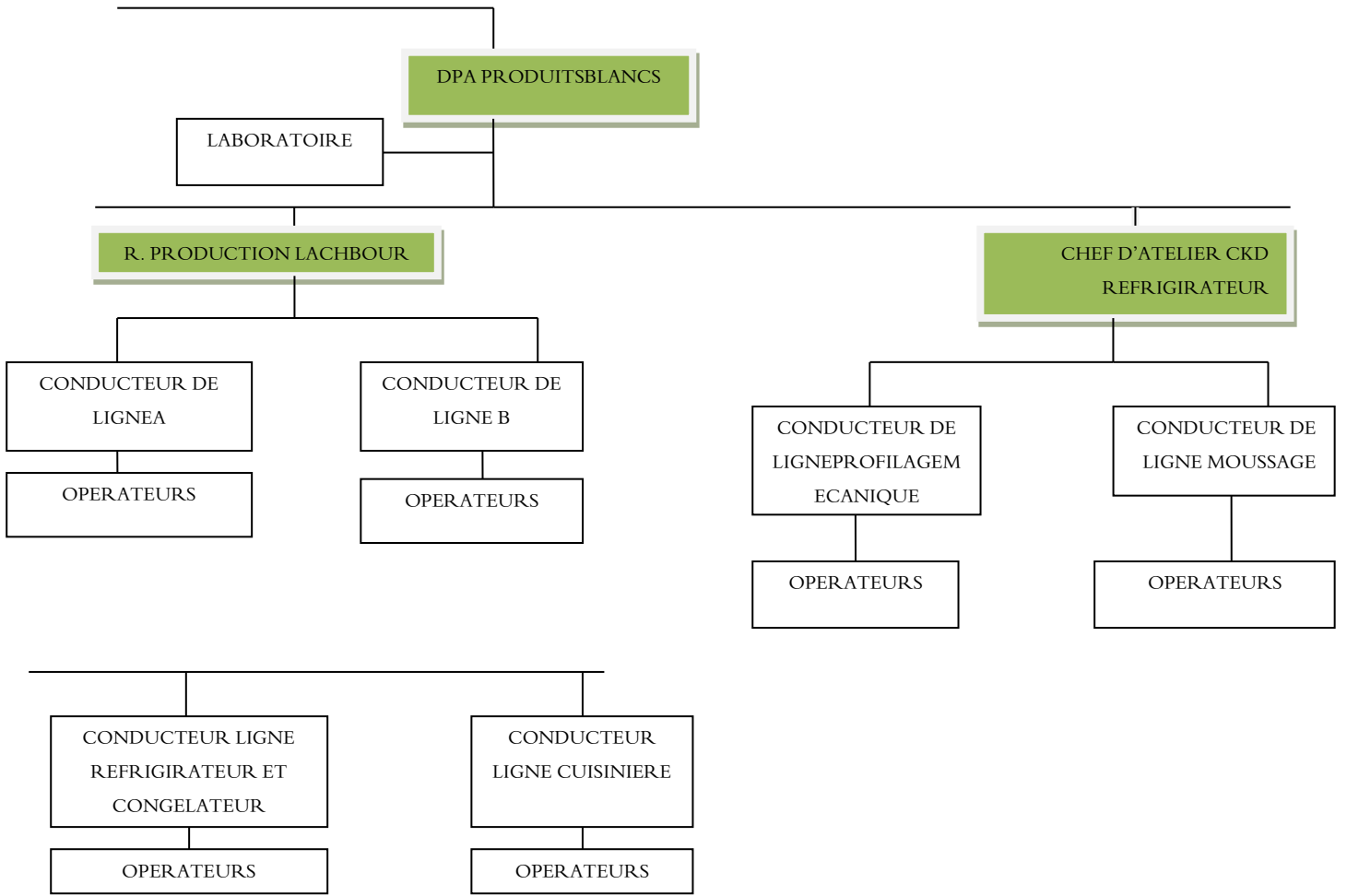


D. TECHNIQUE









الملحق رقم (03): مخرجات برنامج SPSS.

أولا: البيانات الشخصية:

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	16	64,0	64,0	64,0
Valide أنثى	9	36,0	36,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة أقل من 25	2	8,0	8,0	8,0
Valide 26 إلى 35 من	19	76,0	76,0	84,0
36 إلى 45 من	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ثانوي	1	4,0	4,0	4,0
جامعي	15	60,0	60,0	64,0
Valide دراسات عليا	6	24,0	24,0	88,0
أخرى	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات أقل من 5	11	44,0	44,0	44,0
Valide 5 إلى 15 سنوات	10	40,0	40,0	84,0
أكثر من 15 سنة	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مدير	2	8,0	8,0	8,0
رئيسمصلحة	9	36,0	36,0	44,0
رئيسمكتب	1	4,0	4,0	48,0
إداري	9	36,0	36,0	84,0
أخرى	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

ثانيا: معامل "الفا كورنباخ".

1- لفقرة لسياسة البيئية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,915	4

2- لفقرة التخطيط البيئي.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,802	3

3- لفقرة التنفيذ والتشغيل.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,772	4

4- لفقرة إجراءات الفحص والتصحيح.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,755	3

5- لفقرة المراجعة الإدارية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,806	3

للمحور الأول: نظام الإدارة البيئية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,911	17

للمحور الثاني: الصورة الذهنية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,844	13

للاستبيان كاملا.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,930	30

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
السياسة البيئية داخل المؤسسة وثقافة معلنة لدى جميع الموظفين	25	3,72	,936
تراجع السياسة البيئية التأثير البيئي لأنشطة مؤمنات المؤسسة	25	3,76	,879
يتم صيانة السياسة البيئية بشكل دوري	25	3,76	1,052
تتوافق السياسة البيئية للمؤسسة مع مختلف القواعد بنوالتشريع البيئية	25	3,64	1,036
يتم تحديد أهدافها البيئية قابلة للتحقيق	25	3,08	1,222
يتم وضع مقاييس تسهل عملية تقدير نسبة التقدم في تحقيق الأهداف البيئية	25	3,40	1,155
يتم صد كفاءة الإمكانات والوسائل الضرورية لبلوغ الأهداف البيئية المحددة	25	3,12	1,166
يتم توفير القوالب والمهارات المتخصصة والتكنولوجيا والتمويل اللازم لتنفيذ نظام الإدارة البيئية للمؤسسة	25	3,56	1,044
يتم تنفيذ برنامجا جلتدربو تأهيل العمال البيئية	25	3,00	1,225
يتم مراقبة الوثائق الخاصة بنظام الإدارة البيئية دوريا	25	3,44	1,158
تمتلك المؤسسة مخطط طوارئ وضطرقات داخلية	25	3,04	1,098
/تتم مقارنة العمليات الأهداف المنجزه مع مخطيطه	25	3,12	1,092
تقوم المؤسسة باتخاذ الإجراءات التصحيحية والتقويمية لتقليص الفجوة بين مخطيطه وماتتحققه فعليا	25	3,16	,987
تسجل المؤسسة المعلومات التي تساعدها في إجراء اتالرقابية	25	3,24	1,012
تقوم الإدارة العليا بالمؤسسة بمراجعة نظام الإدارة البيئية نصف دورية	25	3,64	,995
تتضمن المراجعة الإدارية لالتزامات التحسين المستمر	25	3,84	,943
تقوم المؤسسة بعملية تقييم اجعة نظام الإدارة البيئية	25	3,72	,792
الخدمات التي تقدمها المؤسسة تالاجابورضا المستفيدين	25	3,28	1,242
تساهم المؤسسة في التغيير الاجتماعي البيئية	25	3,32	1,108
تحاول المؤسسة استقطاب أكبر عدد من الجماهير المستفيدة	25	3,12	1,130

تهتم المؤسسة بالشكاوى المقدمة متقبلا لمستفيد دينشكلمستمر	25	3,52	,963
تقدم المؤسسة للجماهير المستفيدة الخدمات التتي و عدتها	25	3,20	1,155
تمتلك المؤسسة كوادر من العاملين المهنيين ذوكف اء عالية في خدمة المستفيدين	25	3,16	1,106
تمتلك المؤسسة أجهزة ومعدات حديثة وتجهيزا تمكينية مناسبة من أجل توفير أفضل الخدمات	25	3,40	1,190
يوفر العاملون في المؤسسة خدمة سر يعة للأع ضاء المستفيدين	25	3,04	1,338
تمتلك المؤسسة خطة عمل بالأنشطة وجدول زمني محدد لتقديم خدماتها	25	3,28	,980
تسعى المؤسسة إلى بناء انطباعات وتصور اتعقلي ة جيدة قيادها من الزبائن	25	3,48	,963
الأخذ بآراء وانطباعات الجماهير عن المؤسسة بعين الاعتبار عند إعداد الاستراتيجية العامة ال مؤسسة	25	3,40	1,080
التزام المؤسسة بالدقة في تنفيذ خدماتها	25	3,36	1,036
سعي المؤسسة إلى زيادة تقديم خدماتها	25	3,40	1,080
N valide (listwise)	25		

رابعاً: اختبار الطبيعة.

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
الأول المحور	,124	25	,200*	,920	25	,050
الثاني المحور	,121	25	,200*	,969	25	,622

*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors

خامساً: اختبار T ستودنت.

1: اختبار T للمحور الأول:

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الأول المحور	25	3,60	,917	,183

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الأول المحور	3,258	24	,003	,597	,22	,98

2: اختبار T للمحور الثاني:

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الثاني المحور	25	3,30	,655	,131

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الثاني المحور	2,326	24	,029	,305	,03	,57

3: تجميع المحاور

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
المحاور تجميع	,081	25	,200*	,975	25	,763

*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors

سادسا: معامل الارتباط "بيرسون".

Corrélations

		الأول المحور	الثاني المحور
الأول المحور	Corrélation de Pearson	1	,548**
	Sig. (bilatérale)		,005
	N	25	25
الثاني المحور	Corrélation de Pearson	,548**	1
	Sig. (bilatérale)	,005	
	N	25	25

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

سابعاً: اختبار الانحدار الخطي البسيط.

Variabes introduites/supprimées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	الأول_المحور ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الثاني_المحور

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,548 ^a	,300	,269	,560

a. Valeurs prédites : (constantes), الأول_المحور

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	
1	Régression	3,085	1	3,085	9,848	,005 ^b
	Résidu	7,205	23	,313		
	Total	10,290	24			

a. Variable dépendante : الثاني_المحور

b. Valeurs prédites : (constantes), الأول_المحور

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,898	,462	4,107	,000
	الأول_المحور	,391	,125	,548	,005

a. Variable dépendante : الثاني_المحور

الملحق رقم (4): تحكيم الاستبانة.

الملاحق

قائمة لجنة محكمين الاستبيان

الجامعة	الرتبة	الاسم واللقب	الرقم
برج بوعريبيج	أستاذ مساعد قسم - أ -	جمال سنتوجي	01
برج بوعريبيج	أستاذ محاضر - أ -	أحمد بونقيب	02
برج بوعريبيج	أستاذ محاضر - ب -	بن احسن صلاح الدين	03

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Mohamed El-Bachir El-Ibrahimi de Bordj Bou Arreridj université
Faculté des sciences économiques et commerciales et de sciences de gestion

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريش
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الجامعية : 2022/2021

قسم علوم التسيير

برج بوعريش: 2022/05/10

إلى السيد: مدير مؤسسة GEANT

برج بوعريش

الموضوع: طلب الموافقة على استقبال الطلبة

في إطار اعداد مذكرة التخرج، والتي تعتبر جزء من متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، نرجو من سيادتكم الموافقة على استقبال الطلبة الآتي أسماؤهم أدناه وإفادتهم بالمعلومات الممكنة.

عنوان المذكرة: مساهمة تبني نظام الادارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية.

إسم الطالبة:

- شهب حكيمة.
- بن جدوشيماء

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام



تَعْمُرُ بِفَضْلِ

اللَّهِ