



**أثر ممارسات الأداء البيئي المستدام على تطوير سمعة الشركة**  
دراسة تطبيقية في شركة طريق الأفق للسفر والسياحة في محافظة النجف الأشرف

**أ.د. حامد كاظم متعب الشيباوي**

**Hamed Kazem Mutai**

[Hamid.mutaab@qu.edu.iq](mailto:Hamid.mutaab@qu.edu.iq)

جامعة القادسية / كلية الإدارة والاقتصاد

**الباحث محمد نجم عبد**

**Muhammad Najm Abd**

[mohamad.najim@qu.edu.iq](mailto:mohamad.najim@qu.edu.iq)

جامعة القادسية / كلية الإدارة والاقتصاد

**م. سليمة هادي موسى**

**Salima Hadi Musa**

[admin.mang21.6@qu.edu.iq](mailto:admin.mang21.6@qu.edu.iq)

جامعة القاسم الخضراء

**المستخلص:**

يهدف هذا البحث للوقوف على معرفة الدور الذي تؤديه ممارسات الأداء البيئي المستدام بأبعاده ( الأداء الاقتصادي , الأداء البيئي , الأداء الاجتماعي) على تطوير سمعة الشركة بأبعادها المتمثلة في (جودة الخدمة ,قيادة الشركة , المسؤولية الاجتماعية للشركات ,حوكمة الشركة ) , وبيان علاقة أثر وارتباط عمليات ممارسات الأداء البيئي المستدام على سمعة الشركة . تناولت المنهجية مجموعة فقرات أهمها مشكلة البحث وأهمية البحث وأهداف البحث. وقد خُددت مشكلة البحث في تساؤلات عدة تمحورت حول شكل وطبيعة العلاقة بين متغيرات البحث وانبثقت عنه مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية ، وفي ضوء ذلك تم بناء مخطط فرضي يُجسد العلاقة بين المتغيرات المعنية ، ومن أجل تحقيق هدف البحث المذكور آنفاً والإجابة عن تساؤلات البحث واختبار صحة فرضياتها، اعتمدت الدراسة وبشكل رئيس على (الاستبانة) التي تعد الأداة الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات وبعتماد المنهج الوصفي وبسبب ذلك تم الاختيار مجتمع الدراسة بأكمله وليس عينه منه خاصة إنه من الممكن استيعابه فتمثل مجتمع البحث بشركة طريق الأفق للسياحة والسفر في محافظة النجف الأشرف, والمتمثل بعدد العاملين فيها والبالغ عددهم (40) عاملاً وتم توزيع 40 استمارة بشكل فعلي فيها, وقد استخدمت استمارة الاستبانة كأداة أساسية لجمع بيانات الدراسة. وبعد تقويم واختبار مصداقية وثبات أدوات قياس البحث فقد أجري تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الأدوات الإحصائية المتقدمة وتحليلها عن طريق البرامج الإحصائية (SPSS. Ver. 25.) وقد أظهرت النتائج صحة فرضيات الدراسة وبالاعتماد عليها صيغت عدد من الاستنتاجات. وقد اختتمت الدراسة بعدد من المقترحات لبحوث مستقبلية أخرى.

**الكلمات الدالة:** الأداء البيئي المستدام , سمعة الشركة .

**Abstract :** This research aims to identify the role played by sustainable environmental performance practices with its dimensions (economic performance, environmental performance, social performance) on developing the company's reputation with its dimensions (quality of service, company leadership, corporate social responsibility,

corporate governance), and a statement of the impact relationship Operations and sustainable environmental performance practices are linked to the company's reputation. The methodology dealt with a group of paragraphs, the most important of which is the research problem, the importance of the research, and the objectives of the research. The research problem was identified in several questions centered on the form and nature of the relationship between the research variables, and a set of main and sub-hypotheses emerged from it. Achieving the aforementioned research objective and answering research questions and testing the validity of its hypotheses, the study relied mainly on (questionnaire), which is the main tool for collecting data and information and adopting the descriptive approach. Horizon Road for Tourism and Travel in Al-Najaf Governorate, which is represented by the number of workers in it, amounting to (40) workers, and 40 questionnaires were actually distributed in it, and the questionnaire form was used as a basic tool for collecting study data. After evaluating and testing the credibility and reliability of the research measurement tools, data analysis and hypothesis testing were conducted using advanced statistical tools and analyzed through statistical programs (SPSS. Ver. 25.) The results showed the validity of the study hypotheses and based on them a number of conclusions were formulated. The study concluded with a number of proposals for further future research.

**Keywords:** sustainable environmental performance, company reputation.

#### مقدمة

تعد الاستدامة من الموضوعات الأكثر أهمية في هذه الأيام وهي تنظر إلى بقاء أعمال الشركات مدة أطول، فهي أفضل طريقة للقيام بأعمال تجارية ويمكن للشركة للمنظمة المستدامة أن تزدهر وتحقق النجاح على المدى الطويل من خلال رؤية واضحة لأعمالها، وأهدافها المحددة التي تقف جنباً إلى جنب مع تحقيق أغراض مجتمعية واقتصادية وبيئية في شكل ايجابي، فالبيئة العالمية المتغيرة تحفز الشركات على النظر إلى ما هو أبعد من الأداء المالي وترسيخ القيم البيئية والاجتماعية في توجيه أعمالها، فسمعة الشركة تمثل إستراتيجية مصممة من قبل الشركات لمساعدة الزبائن على التعرف بسرعة على منتجاتهم أو شركاتهم ومنحهم سبباً للاختيار المنتج أو الشركة على المنافسين الآخرين وهذا يساهم في تحسين الأداء البيئي المستدام للشركة من خلال تحسين سمعتها على الأمد البعيد، حيث إن إدارة الأداء للشركة المستدام هي العملية التي يقوم بها المدبرون لضمان الحصول على الموارد واستخدامها بفاعلية وكفاءة من أجل الوصول إلى أهداف الشركة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية كما أنها إطار الإدارة السليم الذي يربط البيئة من ناحية الإدارة الاجتماعية مع إدارة الأعمال والإستراتيجية التنافسية والإدارة ومن ناحية أخرى . ومما تقدم سنقسم البحث إلى أربعة مباحث سيتضمن المبحث الأول المنهجية العلمية للبحث من خلال مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وفي المبحث الثاني

سنتناول موضوع الجانب المفاهيمي النظري للأداء البيئي المستدام وسمعة الشركة. أما في المبحث الثالث سنتناول الجانب العملي ونتائج التحليل الإحصائي، وقد تم استعراض أهم ما توصل إليه البحث من عرض أهم الاستنتاجات والتوصيات، وأخيراً تم عرض أهم المراجع والمصادر التي تم اعتمادها في البحث.

## المبحث الأول

### المنهجية العامة للبحث

**أولاً: مشكلة البحث :** تواجه الشركات في الوقت الراهن عدة تحديات منها كيفية قياس وتقييم أدائها البيئي المستدام بهدف التقليل أو التخلص النهائي من التأثيرات السلبية للأنشطة الصناعية على المحيط البيئي بما يحقق لها من عوائد اقتصادية ويحافظ على ديمومة نشاطها واستمراريتها من خلال الأداء المستدام، لذا فإن الأمر يقتضي التحسين المستمر في أدائها وفاعلية أنظمة قياس وتقييم الأداء البيئي، لتحديد المستوى الحقيقي لأداء الشركة، وتوفير مختلف المعلومات على جميع المستويات بغية توجيه قرارات الشركة. تعد سمعة الشركة من بين العناصر التي تكتسي أهمية بالغة، بحيث أصبحت تمثل هدفاً من الأهداف طويلة الأجل التي تسعى الشركة لتحقيقها، وهذا راجع إلى الإمكانيات والآفاق التي يمكن أن تمنحها للشركة في خدمة المستهلك والتمتع وتحقيق أهدافها المسطرة بعيدة المدى، ولهذا السبب عمد الإداريون إلى العمل على تصميم صورة خاصة، تنطلق من حقيقة الشركة وتعكس الوجه الذي من شأنه أن يجلب استحسان الجماهير واكتساب ثقتهم.

الامر الذي أدى إلى تساؤل الباحث عن أسباب هذا النوع من السلوك ومحاولة وضع الحلول الناجحة له وبالشكل الآتي:

كيف يمكن للمنظمة المبحوثة (شركة طريق الأفق للسياحة والسفر) من تطوير سمعتها من خلال أدائها البيئي المستدام؟

ومن أجل أن نكون قادرين على إجابة على التساؤل الرئيس للدراسة تم صياغة التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما مستوى توافر أبعاد الأداء البيئي المستدام في الشركة المبحوثة؟

2- ما مستوى توافر أبعاد سمعة الشركة في الشركة المبحوثة؟

3- هل هنالك دور للأداء البيئي المستدام في تطوير سمعة الشركة؟

4- هل هنالك دور لسمعة الشركة في الشركة المبحوثة؟

5- هل هنالك دور للأداء البيئي المستدام في الشركة المبحوثة؟

**ثانياً : أهمية البحث:** يستمد البحث أهميته من خلال الاعتبارات الآتية :

1. يقدم البحث توضيحاً لمفهوم الأداء البيئي المستدام والذي يضم الأبعاد ( الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي)، وسمعة الشركة (جودة الخدمة، قيادة الشركة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، حوكمة الشركة).

2. يأمل أن يقدم البحث الحالي شأنه شأن جهود الدراسات الأخرى إضافة معرفية.

3. التعرف على مستوى توافر أبعاد الأداء البيئي المستدام في الشركة المبحوثة.

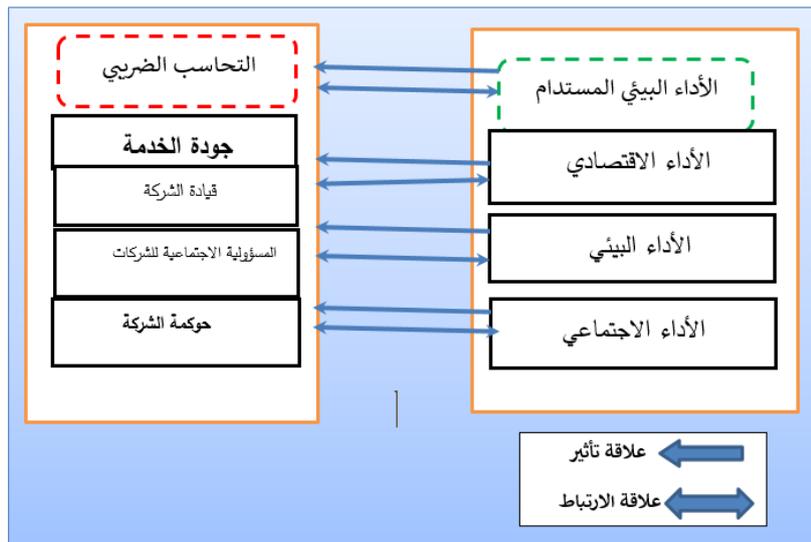
4. تحسين والحفاظ على البيئة المحيطة بالوجهة السياحية نتيجة لزيادة الوعي البيئي من قبل المجتمع المحلي .

5. الاختيار عينة الدراسة المتمثلة بالعاملين في شركة الأفق للسياحة والسفر يسلط الضوء على الأهمية الكبيرة لهذه الشريحة العاملة في القطاع السياحي والتي لم تحض باهتمام المعنيين .

#### ثالثاً: أهداف البحث

1. توضيح وتحليل الإسهامات، والمركزات المفاهيمية، والفكرية، لمتغيرات البحث الرئيسية (الأداء البيئي المستدام، تطوير سمعة الشركة).
2. تحديد المتغيرات الفرعية (الأبعاد) لمتغيرات البحث الرئيسية؛ وذلك عن طريق الاعتماد على مجموعة من البحوث والدراسات ذات العلاقة بالمتغير المستقل الأداء البيئي المستدام والمتغير التابع سمعة الشركة.
3. تحديد تأثير وارتباط الأداء البيئي المستدام في تطوير سمعة الشركة.
4. التعرف على مستوى توافر أبعاد الأداء البيئي المستدام في شركة الأفق للسياحة والسفر .
5. التعرف على مستوى توافر أبعاد سمعة الشركة في شركة الأفق للسياحة والسفر .
6. الكشف عن تأثير الأداء البيئي المستدام في شركة طريق الأفق للسفر في محافظة النجف الأشرف.

رابعاً: نموذج البحث الافتراضي : لتحقيق أهداف البحث يتطلب بناء مخطط افتراضي لتشخيص المتغير المستقل الأداء البيئي المستدام والذي يضم ( الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي) ( Knouch & Çetin, 2022) Jamila & Atanb (Alfatlawy et al., 2021) (Wang et al., 2022), (2020). والمتغير التابع تطوير سمعة الشركة والذي يضم (جودة الخدمة، قيادة الشركة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، حوكمة الشركة) بحسب كل من ( Alniacik ) ( Kircova & Esen, 2018) ( Stravinskiene, et al , 2021), (2012). و كما هو موضح في الشكل رقم (1) والذي يتضمن نوعين من المتغيرات الأساسية:



شكل رقم (1) نموذج البحث الافتراضي

المصدر: من إعداد الباحثين

**خامسا: فرضيات البحث :** استكمالا لمتطلبات البحث وبهدف الإجابة عن التساؤلات المثارة في مشكلة البحث تم وضع مجموعة من الفرضيات التي تساهم في وضع إجابة على التساؤلات وكالاتي :

#### الفرضية الرئيسة الأولى :

توجد علاقة ارتباط بين أبعاد الأداء البيئي المستدام وبين أبعاد سمعة الشركة وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء الاقتصادي وبين أبعاد سمعة الشركة .
2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء البيئي وبين أبعاد سمعة الشركة .
3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء الاجتماعي وبين أبعاد سمعة الشركة.

#### الفرضية الرئيسة الثانية :

توجد علاقة تأثير بين أبعاد الأداء البيئي المستدام وبين أبعاد سمعة الشركة وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء الاقتصادي وبين أبعاد سمعة الشركة .
2. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء البيئي وبين أبعاد سمعة الشركة .
3. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الأداء الاجتماعي وبين أبعاد سمعة الشركة.

**سابعاً: مجتمع البحث وعينته:** إن مجتمع البحث هو العاملون في شركة طريق الأفق للسياحة والسفر في محافظة النجف الأشرف والبالغ عددهم 40 عاملاً.

**ثامناً: أدوات البحث :** من أجل تحليل بيانات البحث الحالي والتي تم جمعها من عينة المستجيبين قام الباحث باستعمال مجموعة من الأساليب الإحصائية الموجودة في برنامج ( SPSS v 25 ) لتقييم أداة القياس للبحث ، ووصف متغيرات البحث ، وكذلك اختبار الفرضيات ، ومن هذه الأساليب الإحصائية الآتي:

1. اختبار التوزيع الطبيعي
2. معامل الفا كرو نباخ
3. معامل التحديد أو التفسير  $R^2$
4. الإحصاء الوصفي (متوسط حسابي ، انحراف معياري
5. معامل الارتباط بيرسون.
6. معادلة الانحدار البسيط.

**تاسعاً: حدود البحث ::** تمثلت حدود الدراسة بمايلي :

1. الحدود المكانية: شمل البحث موقع (شركة طريق الأفق للسفر والسياحة في محافظة النجف الأشرف).
2. الحدود الزمانية: تمثلت مدة إعداد البحث في الجانب العملي أي مدة توزيع الاستبانة واسترجاعها، ميدان البحث والتي امتدت من 2023/3/1 ولغاية 2023/ 3/3 .
3. الحدود البشرية: تمثلت الحدود البشرية بالعاملين في (شركة طريق الأفق للسفر والسياحة في محافظة النجف الأشرف).
4. الحدود العلمية: بما جاء بأهمية البحث وأهدافه.

5. الحدود البحثية: التزم البحث بالمتغيرين المتغير المستقل : الأداء البيئي المستدام والمتغير التابع :تطوير سمعة الشركة.

### المبحث الثاني : الإطار النظري للبحث

أولاً : الأداء البيئي المستدام : إن الاستدامة كمفهوم هي قضية بارزة جدا في هذه الوقت الحالي, إذ إن الاستدامة أكثر شمولاً في الطبيعة ولها اهتمامات بيئية طويلة الأجل مقارنة بالتنمية المستدامة, فالاستدامة من المحور البيئي هي تمكين الناس الحاليين لإعداد وحماية البيئة للأجيال القادمة. ( Yadav& Bandyopadhyay, 2014:130).

ثانياً: مفهوم الأداء البيئي المستدام : حيث يعرفها.(Wang et al.,2022:7934) قدرة الشركات على تقليل الانبعاثات الضارة وتحسين الإبداع الأخضر للمحافظة على ميزة تنافسية طويلة الأمد. وأشار (Knouch & Çetin, 2022:213) إليها أنها مزيج من الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للمنظمة وعرفها( al omar, et 2019:718) أنها تقييم المنظمات للاستخدام الفاعل للطاقة المتجددة ونتاج منتجات صديقة للبيئة, وعرفها ايضا (Jaaron& Backhouse,2019:1072) عملية ديناميكية تتطلب تحقيق أداء قصير الأمد. ووضح (Malik et al.,2021:1044) أنها الأداء الذي يسمح بقياس الآثار الناجمة عن تصرفات المنظمة في الوسط والبيئة التي تنشط فيها, وفي إطار المسؤولية الاجتماعية للمنظمات فإن الأداء المستدام يسمح بالتعرف على كيفية إدارة المنظمة لمسؤوليتها الاجتماعية وقياسها ومن ثم الحكم عليها.

ويرى الباحثان أن مفهوم الأداء البيئي المستدام هو أن الأداء البيئي المستدام يمثل توليفة من القدرات والمهارات والخبرات التي تستخدمها المنظمة من الج تحسين سيناريواتها لبناء مستوى أدائها البيئي والاقتصادي والاجتماعي.

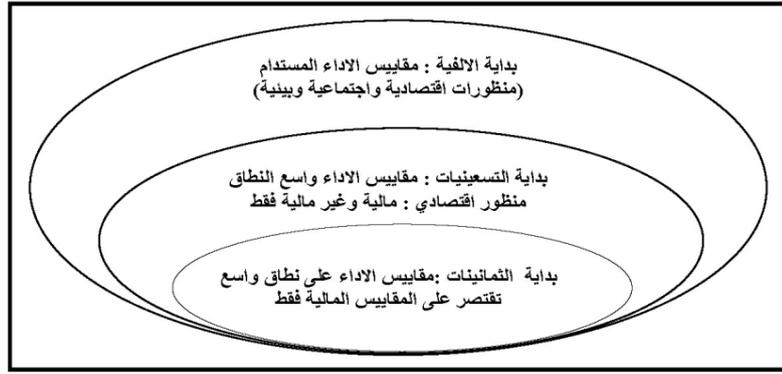
### ثالثاً : مراحل الأداء البيئي المستدام

شهد العقدان الأخيران من القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة تحولاً جذرياً في الطريقة التي تطور بها الأداء البيئي المستدام, وهذا التطور تم توضيحه وفق ثلاث مراحل هي:

المرحلة الأولى: مرحلة الأداء المالي التقليدي: بدأت هذه الفقرة في أوائل الثمانينيات من القرن الماضي, والنقطة الجوهرية في دراسة هذه المرحلة تتمثل في هيمنة نظرية المساهمين, والنظر إلى المنظمة على أنها تابعة لأصحاب المصالح, وأن المسؤولية الوحيدة التي تضطلع بها المنظمات هي تعظيم الأرباح والثروات الخاصة بأصحاب المصلحة (Hubbard, 2009:178).

المرحلة الثانية: مقياس الأداء على نطاق واسع: بدأت هذه المرحلة في أوائل التسعينيات, وفي هذه المدة توسعت نظرية أصحاب المصالح بشكل أكبر من خلال النظر إلى المنظمة على أنها مسؤولة تجاه مجموعة أكبر من مجرد حملة الأسهم, ويشمل ذلك العاملين وممثليهم والزبائن والموردين والحكومات والهيئات الصناعية والمجتمعات المحلية (Weidner, 2012:9).

المرحلة الثالثة : مرحلة الأداء البيئي المستدام : بدأت هذه المرحلة مع الألفية الجديدة حيث أدرك الباحثون في هذه المرحلة أن الأداء المستدام هو الركيزة الأساس من أجل المحافظة على البيئة من التلوث, ويتعين على أثرها على المنظمات أن تنتج منتجات صديقة للبيئة من خلال استثمار الوقت والجهود المبذولة من قبل العاملين. (Alfatlawy et al, 2021:230) ويوضح الشكل (2) مراحل تطور الأداء البيئي المستدام.



شكل (2) مراحل تطور الأداء البيئي المستدام

**Source:** Ong, T. S., Teh, B. H., & Lee, A. S. (2019). Contingent factors and sustainable performance measurement (SPM) practices of Malaysian electronics and electrical companies. Sustainability, 11(4), p:1058.

رابعاً: خصائص الأداء البيئي المستدام : يتميز الأداء البيئي المستدام بمجموعة من الخصال التي تميزه عن غيره، وهذه الخصائص هي (van Zeijl-Rozema, et al.,2008:410-411).

1. من حيث المحتوى : لتحقيق عالم أكثر استدامة , أي يمكن النظر إلى معظم قضايا الاستدامة على أنها مشكلات شريرة تتطلب تغييراً في المؤسسات المسيطرة.

2. من حيث العملية : مشاركة مجموعة من الأطراف في عملية المحافظة على البيئة – إذ يجب على معظم سياسات ومشروعات الاستدامة أن تتعامل مع التعقيد الاجتماعي بمعنى المعارضة والسيطرة الموزعة والاستخبارات.

3. من حيث السياق : أي تحقيق الإطار المؤسسي – ويتضمن تواجه معظم مبادرات الاستدامة ضعف المؤسسات.

خامساً : أبعاد الأداء البيئي المستدام : يمكن توضيح ذلك من خلال الأبعاد الآتية :

1. الأداء الاقتصادي: يشير الأداء الاقتصادي إلى قدرة الشركة على كسب الأرباح والاستفادة من النظم الاقتصادية على المستوى المحلي والوطني إذ تدرس الشركات تأثيرها الاقتصادي في المجتمع مثل الأجور والوظائف المحلية ومساهمتها في النمو الاقتصادي المحلي . (Raderbauer,2011:19). وتتمثل في :

1. التكاليف البيئية: يهتم الأداء الاقتصادي بقياس قدرة الشركة على تحمل التكاليف المتنوعة والتي تتضمن كلف الحصول على الموارد واستهلاك الطاقة والغرامات المترتبة الناتجة عن الحوادث البيئية وكذلك الأنشطة المرتبطة بإعادة التدوير والتخلص من المخلفات والتكاليف التي تتحملها الشركة للحصول على حصة سوقية ونمو المبيعات وتحقيق الأرباح Change (2015:35) . لذلك على الشركات أن تقوم باعتماد نظام بيئي مستدام اقتصادياً وبيئياً من خلال المنتجات والخدمات التي تقدمها بشكل دائم وكذلك الحفاظ على التوازن بين قطاعات الصناعة المختلفة والتي تؤثر في الإنتاج الصناعي والزراعي (Toth,2017:16).

2. الجودة: يتضمن هذا المقياس مدى قدرة الشركة على تقديم منتجات صديقة للبيئة وذات جودة عالية وتسليم المنتجات في الوقت المناسب يؤدي إلى تحسين صورة الشركة في السوق وتعزيز رضا الزبائن

والولاء للعلامة التجارية وتزيد من المزايا التنافسية. "وتعرف على أنها مدخل متكامل لتحقيق والحفاظ على جودة الإنتاج والتركيز على التحسين المستمر للعمليات".

2. المرونة : وتعني قدرة الشركة على التكيف مع المتطلبات البيئية من خلال الطلب والعرض وبسبب التغيرات في الظروف البيئية وقدرة الشركة على تنفيذها في الاوقات المناسبة واستخدام المقاييس وهناك أنواع متعددة للمرونة مثل مرونة الإنتاج ومرونة الطلب ومرونة الإنتاج ومرونة الإنتاج (Gunasekaran et al (2004:336)).

1. الأداء البيئي : يساعد تحسين الوعي البيئي والحساسية البيئية الأفراد على العيش في بيئة أكثر صحة وأماناً ، وهذا ممكن فقط من خلال زيادة الأفراد المؤهلين الذين يتلقون التعليم البيئي Cetin&Nisanci (2010:1830)) وبالتالي فإنه من أجل رفع مستوى الوعي البيئي لدى العاملين يتعين إدخال تطبيقات التثقيف البيئي في عملهم. (Simsekli 2015:223).

2. الأداء الاجتماعي : إن الدور الرئيس للأداء الاجتماعي يتمثل في تحقيق وتنفيذ أهداف التنمية المستدامة، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تمثل امر حيوي لتحقيق الاستدامة والميزة التنافسية وتقدم المنظمات وتحقيق التنمية الاقتصادية العالمية (al (Lu et al, 2019:82)). ويعتقد (2019:691, Birjani et al) إلى أن الأداء الاجتماعي يمثل القدرة على فهم المسؤولية تجاه المجتمع من جهة، والكفاءة التي يمكن من خلالها الاهتمام بجهود العاملين وخدمة مصالح الآخرين والمجموعات الخارجية على مستوى المتطلبات الفردية والأهداف التنظيمية. ويعتقد (Bénabou &Tirole 2019:1) أن الأداء الاجتماعي يشير إلى إجراءات المنظمات التي تتجاوز الالتزامات القانونية في السعي لتحقيق المصلحة الاجتماعية. وتوصل (Adham 362 :2019) إلى أن الأداء الاجتماعي هو احساس الفرد والتزامه بالواجبات الملقاة على عاتقه سواء كانت تجاه نفسه أو أسرته أو زملائه أو عمله والتزامه بقوانين وأنظمة المجتمع الذي يعيش فيه.

#### سادسا : سمعة الشركة

يرى (Lion-Lam & Loke 2021 :379)) وأن سمعة الشركة هي أحد الأصول غير الملموسة ، التي تخلق ميزة تنافسية وذات قيمة عالية للمؤسسة. وعبر كل من (Sadjarto , et al , 2021 :324); بخصوص سمعة الشركة بانها وجهة نظر جماعية للأنشطة السابقة والتوقعات حول الإجراءات المستقبلية للمنظمة ،ومن جانبها عبر (2021 BU: 21) أنها الإدراك الجماعي للإجراءات والتوقعات السابقة للمؤسسة فيما يتعلق بإجراءاتها المستقبلية، في ضوء كفاءتها فيما يتعلق بالمنافسين الرئيسيين. كما أشار (Stravinskiene, et al , 2021 : 178). أنها انعكاس لتصور أصحاب المصلحة للمؤسسة، واستجاباتهم العاطفية للمؤسسة، والمعلومات ،التي يتم تلقيها من خلال تجربة مباشرة أو غير مباشرة مع المنظمة، والإجراءات السابقة للمنظمة. وأشار (Bayo, & Ebikebena, 2021:98). حول تعريف سمعة الشركة أنها لها تأثير عاطفي على الطريقة التي يتصرف بها مختلف أصحاب المصلحة تجاه المنظمة، والتأثير، والاحتفاظ بالموظفين، ورضا المستهلكين ، وإخلاص المستهلكين. من المثير أن أصحاب المصلحة ينظرون إلى سمعة الشركة

كأصل غير ملموس قيّم لأن السمعة الإيجابية للمؤسسة تشجع المساهمين على الاستثمار في الشركة ؛ يجتذب الموظفين الجديرين، ويحتفظ بالمستهلكين.

ومن خلال الآراء المتعددة بعد الاطلاع على مجموعة من آراء الباحثين يرى الباحث أن هنالك قواسم مشتركة بين الباحثين، ومن بين المشتركات هي أن مفهوم سمعة الشركة عبارة عن عملية التقويم الجماعي لجاذبية الشركة بالنسبة لمجموعات معينة من أصحاب المصلحة وذوي العلاقة بمجموعات مرجعية من الشركات المنافسة للحصول على الموارد. أي أنها تتألف من مكونات التقييمات الجماعية ، جاذبية الشركة لمجموعة ، أصحاب المصلحة، مقارنةً ، مجموعة مرجعية أو شركة.

#### سابعا : خصائص سمعة الشركة Characteristics of the company's reputation

تمتاز سمعة الشركة بالعديد من الخصائص وهنا نتناول هذه الخصائص :

1. السمعة هي مزيج من وجهات نظر وتصورات أصحاب المصلحة ، وليس مزيجًا من الربح وقيمة سعر الشركة. وتوفر طريقة التقييم هذه رؤية واضحة (Edi & Arafah, 2020:19).
2. تعد سمعة الشركة هدفًا إداريًا مهمًا، وتحمل القدرة على خلق ميزة تنافسية مستدامة. (Pfister, 2020 & 342:)).
3. سمعة الشركة هي أحد الأصول غير الملموسة للشركات التي يمكن أن تساعد في الحفاظ على الميزة التنافسية لفترة أطول. ومع ذلك، فإن التطوير غير الفعال لسمعة الشركات من قبل المنظمات يمكن أن يقلل من الميزة التنافسية في السوق العالمية. (Farhan, 2020: 1).
4. لا تزال سمعة الشركة متجاهلة إلى حد كبير من قبل المديرين التنفيذيين وغالبًا لا يُنظر إليها على أنها عالية مثل الأصول الأخرى للشركة. وأنه لا يحتل مكانة بارزة في المحاسبة المالية. (M. MPOfU, 2019: 8).
5. تزامن الاهتمام البحثي المتزايد بسمعة الشركات على مدى العقود القليلة الماضية مع زيادة حالات سوء سلوك الشركات والكوارث على مستوى العالم، مما أدى إلى عواقب تضمنت الخسارة الفادحة لسمعة الشركة. (M. MPOfU, 2019: 8).
6. تتطلب إدارة سمعة الشركة يحدد ويحافظ على الوضع المطلوب للشركة. من المهم، لأنه من المحتمل أن يؤثر على الأداء التنظيمي . (Taghian, et al, 2014 : 2)
7. ادارة السمعة ليست جديدة في العالم الأكاديمي أو الممارسة. غالبًا ما يستخدم مصطلح السمعة في الحياة الفردية ، والسياسة، وريادة الأعمال. (Markovic, et al, 2019 : 49)
8. إن إدارة السمعة هي مسؤولية جميع المديرين ورؤساء جميع الاقسام ، وفي الواقع موظفيهم.، بمجرد أن يكون المسؤول المدراء على علم بسياسات السمعة ومعرفتهم بها، يجب أن يمثل ذلك نسبة ضئيلة فقط من وقتهم. Haywood, (2012:16)). ويوضح الشكل رقم (60) هذه الخصائص.

## ثامنا : أبعاد سمعة الشركة

1. جودة الخدمة : أن الخدمة بالشركة لها تأثير إيجابي على ولاء المستهلكين وإن فهم هذه الخصائص يعني أهمية كبيرة للشركات حيث يتحول التركيز باستمرار من إنشاء زبائن جدد إلى تحسين العلاقات مع المستهلكين الحاليين من المفهوم أن التركيز على زيادة جودة الخدمة وصورة الشركة في السوق سيكون له تأثير إيجابي على ولاء المستهلكين مما يعني أن المستهلكين سيجرون عمليات شراء متكررة ويقدمون توصيات إيجابية للآخرين، ويفكرون في الشراء من الشركة نفسها في المستقبل (Xhema, & Metin, 2018 : 72) وأصبح اقتصاد اليوم موجهاً للغاية نحو الخدمات، مما أدى إلى تغيير نموذج أبحاث التسويق نحو الخدمات.(Ishaq, 2012 : 25)
2. قيادة الشركة : أن القادة هم أشخاص بارزون، ويفضل صفاتهم الشخصية ومهارات التعامل مع الآخرين والقدرة على التكيف مع البيئة المتغيرة، يمكن أن يساعدوا شركاتهم على النجاح من خلال الاستخدام المدروس والمعقول للاتصالات، ومبادئ العقد الشخصي، فإنهم قادرون على تعزيز فاعليتهم، ومع ذلك ليس هناك شك في أن القادة يجب أن يمتلكوا مهارات وقدرات متميزة مثل المعرفة والحساسية والمصداقية والقيم والكاريزما التي ستؤدي جنباً إلى جنب مع المتابعين المتحمسين إلى قيادة كل شركة إلى النجاح في السوق (Schuetz, 2016 : 88) أن القيادة هي إحدى الوسائل المستعملة في تحقيق الأهداف والغايات التنظيمية، لذلك يجب على كل منظمة أن تضمن الحصول على القائد المناسب ، الذي سيدير منظمتها لكونها قضية ذات أهمية ؛ من أجل تحقيق أهدافهم (Ibrahim, 2019, and Daniel : 373).
3. المسؤولية الاجتماعية للشركة : المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست سوى الطريقة التي تتحمل بها المنظمة المسؤولية عن الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي يمكن أن تخلقها من عملياتها أو سلعها (Taank, 2020 : 1) المسؤولية الاجتماعية للشركات هي نوع من التنظيم الذاتي للشركات، مدمج في نموذج الأعمال حيث توصف عبارة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) حركة اجتماعية ومجموعة من الممارسات والمبادرات الإدارية المحددة إنه مفهوم عالمي تتولى من خلاله المنظمات مسؤولية أنشطتها التي تؤثر على رفاهية زبائن المجتمع والموظفين والمساهمين والمجتمعات والبيئة في جميع جوانب عملياتها يسترشد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بحقيقة أن الشركات لم تعد قادرة على التصرف ككيانات اقتصادية منعزلة تعمل دون اهتمام من المجتمع الأوسع لم تعد الآراء التقليدية حول القدرة التنافسية والبقاء والربحية موجودة، ومن ثم فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تدور حول جانبين: تقليل التأثير السلبي وزيادة المساهمات الإيجابية (Gurralla, & Battu, 2019 : 1).
4. حوكمة الشركة : أن حوكمة الشركات هي النظام الذي يتم من خلاله توجيه ومراقبة الشركات التجارية ويحدد هيكل حوكمة الشركات توزيع الحقوق والمسؤوليات بين مختلف المشاركين في الشركة، والمساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين، ويوضح القواعد والإجراءات الخاصة باتخاذ القرارات بشأن شؤون الشركة من خلال القيام بذلك، فأنها توفر أيضًا هذا الهيكل، الذي يتم من خلاله تحديد أهداف الشركة ووسائل تحقيق تلك الأهداف ومراقبة الأداء ويؤكد (AL Qudah, 2016 : 109) أن حوكمة الشركات هي نظام يقيس قدرة الشركة في تحقيق هدفها ضمن إطار أخلاقي محدد نشأ من الداخل على أنها منظمة، روحية لها أنظمة وموظفون إداريون دون الاعتماد على سلطة أي

فرد . ويرى (252: 2014 Salami ,et al) أن مفهوم حوكمة الشركات يتعلق بإجراء العمليات التجارية بكل النزاهة والإنصاف والشفافية والإفصاح عن جميع القرارات اللازمة على وفق اللوائح، وأن تكون مسؤولاً، ومسؤولاً تجاه المساهمين يعرفها (31: 2022,Hsiao) أنها مجموعة من الأنظمة الرسمية أو غير الرسمية، الداخلية أو الخارجية لتتسق علاقة المصالح بين الشركة وحقوق ملكية المالك.

### المبحث الثالث: الجانب العملي للبحث

#### أولاً : التحليل الوصفي وفحص البيانات

- 1- التوزيع الطبيعي: يعد اختبار التوزيع الطبيعي من الاختبارات الضرورية لاسيما في الاختبارات الإحصائية المعلمية التي تشترط أن يكون توزع البيانات طبيعياً، وكون البيانات موزعة طبيعياً سوف يعمد إلى تقليل تشتت النتائج وبالتالي فإنه سوف يدعم دقة النتائج التي سيتم التوصل إليها. ومن خلال استخدام برنامج SPSS فإنه تم اجراء اختبار التمايل Skewness والتفرطح Kurtosis لغرض اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات حيث إن القيم المقبولة لهما هو عندما تتراوح بين +1.98 و-1.98 وفي ما يأتي نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات مقياس البحث:
- 1- التوزيع الطبيعي لمتغير الأداء البيئي المستدام: أن نتائج اختبار التمايل والتفرطح باستخدام برنامج SPSS لمتغير الأداء البيئي المستدام ، أظهرت النتائج تحقيق متغير الأداء البيئي المستدام وأبعادها للقيم المقبولة للتوزيع الطبيعي وكما هو موضح في الجدول ( 1 )، وهذا ما يعزز من التوصل إلى نتائج إحصائية دقيقة.
- 2- التوزيع الطبيعي لمتغير سمعة الشركة :ان نتائج اختبار التمايل والتفرطح باستخدام برنامج SPSS لمتغير سمعة الشركة ، أظهرت تحقيق متغير سمعة الشركة وأبعادها للقيم المقبولة للتوزيع الطبيعي وكما هو موضح في الجدول ( 1 )، وهذا ما يعزز من التوصل إلى نتائج إحصائية دقيقة.

#### الجدول ( 1 ) نتائج اختبار التوزيع واختبار الموثوقية لمتغيرات البحث

المتغيرات	الترميز	Skewness	Kurtosis	الفا كرونباخ
الأداء البيئي المستدام	X	-691.1-	505.	.895
الأداء الاقتصادي	X1	-.811-	249.	.896
الأداء البيئي	X2	-266.1-	509.	.896
الأداء الاجتماعي	X3	-701.1-	319.	.896
سمعة الشركة	Y	-1.068-	714.	.918
جودة خدمات الشركة	Y1	-1.097-	245.	.917
قيادة الشركة	Y2	-.882-	021.	.917
المسؤولية الاجتماعية للشركة	Y3	-1.097-	027.	.916
حوكمة الشركة	Y4	-.066-	-862.-	.926

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25

2- اختبار الموثوقية: من أجل التعرف على صدق وثبات الاستبانة تم إجراء تحليل الفا كرونباخ ، من أجل التوصل إلى النتائج ومقارنتها بالنسبة المقبولة . وقد عكس الجدول ( 1 ) قيم المعاملات واتضحت بانها ضمن الحدود المسموح بها وهو (0.7) ، أي أن الاستبانة ذات ثبات مرتفع ويمكن اعتمادها.

3- وصف عينة المستجيبين :ان وصف عينة المستجيبين بما يتضمنه من استعراض للتكرارات والنسب المئوية ، توضحه النقاط الآتية :

1- النوع الاجتماعي: بلغ عدد الذكور (26) بنسبة (52%)، وعدد الإناث (24) بنسبة(48%)، وهذه النتيجة تبين أن النسبة الأكبر من الملاك هم من الذكور.

2- العمر: كانت الحصة الأكبر للمستجيبين ضمن الفئة (41- 50 سنة) بعدد ( 22 أي بنسبة 45%) وتليها الفئة العمرية (30-40 سنة) بعدد (18 بنسبة 38%)، وكان عدد المستجيبين (6، بنسبة 13%)، من نصيب الفئة العمرية (51-60) وبعدها الفئة العمرية (أقل من 30) (بعدد2، بنسبة 4%) .

3- مستوى التعليم: كان الحجم الأكبر من عينة المستجيبين هم من حملة شهادة البكالوريوس (32، بنسبة 67%)، أما خريجي الدبلوم فكان عددهم (8 بنسبة 16%) ، وخريجي الاعدادية بعدد (6، بنسبة 13%)، ويليه حملة الشهادات العليا بعدد ( 2 ، بنسبة 4%)، ماجستير 1، ودكتوراه 1) .

4- سنوات الخدمة: في هذا المستوى تبين أن النسبة الأعلى (14، بنسبة 29%)، كان من نصيب عينة المستجيبين التي تتراوح مدة خدمتهم بين (أكثر من 21 سنة)، ثم تليها عينة المستجيبين التي تتراوح مدة خبرتهم بين (11-15 سنوات) والبالغ عددهم (11، بنسبة 23%) أما المستجيبين ممن لديهم خدمة وظيفية (من 16 - 20) بلغ عددهم (8، بنسبة 17%)، وكذلك عينة المستجيبين التي تتراوح مدة خبرتهم بين (من 6 - 10) فقد بلغ عددهم ايضا (8، بنسبة 17%) ، ثم عينة المستجيبين التي تتراوح مدة خبرتهم بين (1-5سنة) والبالغ عددهم (7، بنسبة 14%)، ومما تقدم نستنتج أن النسبة الأكبر من عينة المستجيبين كانت لهم الخدمة الوظيفية الكافية بواقع عملهم والتي تمكنهم من تحديد اجاباتهم بدقة على فقرات الاستبانة. وتأسيساً على ما تقدم فان عينة المستجيبين في البحث الحالي تتوفر فيهم كافة الميزات التي ستتم في تحقيق أهداف البحث.

5- الموقع الوظيفي: في هذا المستوى تبين أن النسبة الأعلى (15، بنسبة 33%)، كان من نصيب عينة المستجيبين الذين شغلوا موقع مسؤول وحدة ، ثم تليها عينة المستجيبين الذين شغلوا وظيفة مسؤول شعبة والبالغ عددهم (11، بنسبة 23%)، أما المستجيبين من الموظفين الذين يشغلون وظيفة ملاحظ بلغ عددهم (7، بنسبة 14%)، ثم تلتها عينة المستجيبين من وظيفة م قانوني والبالغ عددهم (6، بنسبة 12%)، اما وظيفة كاتب فكان عددهم 5 وبنسبة هي 10% ، وجاء في المرتبة الاخيرة مدير ورئيس قسم بنكرار قدره 1 و3 وبنسبة هي 2% و6% على التوالي.

6- الحالة الاجتماعية : في هذا المستوى تبين أن النسبة الأعلى (32، بنسبة 67%)، كانوا متزوجين ، والعزاب كانوا (16 وبنسبة 33%).

#### 4- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

1- التحليل الوصفي لمتغير الأداء البيئي المستدام: من خلال استخدام برنامج SPSS تم التوصل إلى نتائج التحليل الوصفي لمتغير الأداء البيئي المستدام التي يستعرضها الجدول (2)، إذ أظهرت نتائج المتوسط الحسابي تجاوز كافة

فقرات المقياس للوسط الفرضي البالغ (3) (عند تدرج مقياس ليكرت الخماسي) وبالتالي فإن ذلك يشير إلى انتشار كافة الفقرات في المنظمة المبحوثة، فضلا عن ذلك فقد أظهرت نتائج التحليل الوصفي قيماً منخفضة نسبياً للانحراف المعياري وهذا يشير إلى اتساق استجابات المستجيبين.

### الجدول ( 2 ) التحليل الوصفي لمتغير الأداء البيئي المستدام

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة	الفقرة
<b>.65445</b>	<b>3.5153</b>	<b>IX الأداء البيئي المستدام</b>	
1.22964	3.0486	لدى ادارتنا القدرة على كسب الأرباح من خلال النظم الاقتصادية .	X11
1.15078	3.2108	تتميز ادارتنا بقوة أدائها الاقتصادي والمالي	X12
.96095	3.0865	لدى ادارتنا القدرة على تحمل التكاليف المتنوعة والتي تتضمن كلف الحصول على الموارد واستهلاك الطاقة والغرامات المترتبة الناتجة عن الحوادث البيئية	X13
1.19370	3.0200	لدى ادارتنا القدرة باعتماد نظام بيئي مستدام اقتصاديا وبيئيا من خلال المنتجات والخدمات التي تقدمها بشكل دائم	X14
1.17978	3.2757	لدى ادارتنا القدرة على الحفاظ على التوازن بين قطاعات الصناعة المختلفة والتي تؤثر في الإنتاج المحلي	X15
<b>.73366</b>	<b>3.2703</b>	<b>XI الأداء الاقتصادي</b>	
1.40996	3.1081	تعمل ادارتنا على تطوير وتنفيذ الاستراتيجيات البيئية وذلك لضمان النمو بشكل مستدام .	X21
1.25622	3.7568	تعمل ادارتنا على تطوير منتجاتها من خلال ابتكار اساليب عمل جديدة وتقنيات ذات كفاءة عالية	X22
1.13965	3.9189	تهدف ادارتنا إلى تحقيق التوازن بين حماية البيئة والإنتاج الصناعي وتحسين جودة المنتجات	X23
1.00971	3.0216	تهدف ادارتنا بتكوين عملية واضحة تغطي جميع الأنشطة الصديقة للبيئة التي تشمل جميع الاجراءات	X24
.73243	3.9081	تنظم ادارتنا دورات تنمي مهارات العاملين ضمن الأداء البيئي	X25
<b>.75956</b>	<b>3.5027</b>	<b>IX2 الأداء البيئي</b>	
1.21552	3.5405	تسعى ادارتنا إلى تحقيق رضا الزبائن ويمثل الركيزة الأساسية والتي تعتمد على تقديم منتجات ذات جودة عالية	X31
1.28341	3.7297	تعمل ادارتنا على تمكين العاملين لتوسيع صلاحياتهم .	X32
.84491	3.9200	تعمل ادارتنا على أترء العاملين لمعلوماتهم ومعارفهم	X33
1.06570	3.6946	توفر ادارتنا منتجات تعتمد على تحقيق رضا الزبائن	X34
0.8763	3.8900	تسعى ادارتنا إلى تكوين علاقة ارتباط بين منتجاتها وأدائها في المجتمع	X35
<b>.77912</b>	<b>3.7730</b>	<b>IX3 الأداء الاجتماعي</b>	

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V 25.

2- التحليل الوصفي لمتغير سمعة الشركة : من خلال استخدام برنامج SPSS تم التوصل إلى نتائج التحليل الوصفي سمعة الشركة التي يستعرضها الجدول (3) ، إذ أظهرت نتائج المتوسط الحسابي تجاوز كافة فقرات المقياس للوسط الفرضي البالغ (3) (عند تدرج مقياس ليكرت الخماسي) وبالتالي فإن ذلك يشير إلى انتشار

كافة الفقرات في المنظمة المبحوثة، فضلا عن ذلك فقد أظهرت نتائج التحليل الوصفي قيماً منخفضة نسبياً للانحراف المعياري وهذا يشير إلى اتساق استجابات المستجيبين.

### جدول (3) التحليل الوصفي لمتغير الأداء البيئي المستدام

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة	الفقرة
.69757	3.3284	Y سمعة الشركة	
1.26099	3.4865	تسعى شركتنا إلى كسب المستهلكين أو المحافظة عليهم من خلال إدخال تحسينات في جودة الخدمات المقدمة	Y11
1.32202	3.4054	تمتلك شركتنا ميزة تنافسية مع باقي الشركات الأخرى وذلك من خلال جودة الخدمات المقدمة	Y12
1.28107	3.4324	تعمل شركتنا على حل جميع المشاكل المتعلقة بالخدمات المقدمة	Y13
1.115079	3.1892	تقوم شركتنا بعقد ندوات مع باقي الشركات الأخرى حول جودة الخدمات المقدمة	Y14
1.32995	3.1892	تعمل شركتنا على رفع عملية الارشاد والتوجيه للعاملين من أجل رفع ادائهم في العمل وتقديم الخدمات	Y15
1.02834	3.3405	Y1 جودة خدمات الشركة	
1.28224	3.4595	تمتلك شركتنا قيادة ذات دور قيادي في ادارة الشركة بأكملها .	Y21
1.28107	3.5676	ان قيادة شركتنا هي احدى الأدوات المستخدمة في تحقيق الأهداف والغايات التنظيمية .	Y22
.97799	3.3514	تعمل قيادة شركتنا نحو العمل على تطوير نظام مكافئ الأداء المبدع .	Y23
1.06613	3.5946	تمتلك شركتنا قيادة تسعى إلى اقامة علاقات مع باقي الشركات الأخرى .	Y24
1.21428	3.5676	تقوم قيادة شركتنا بعملية تبادل الافكار والخبرات الايجابية مع باقي الشركات الأخرى .	Y25
.95288	3.5081	Y2 قيادة الشركة	
1.40623	3.4595	تعمل شركتنا على تأسيس وحدة متخصصة بمتابعة النشاطات الاجتماعية التي تخدم المجتمع .	Y31
1.21613	3.5135	تقوم شركتنا بتوفير البنية التحتية اللازمة للتخلص من ملوثات البيئة وضمان المسؤولية الاجتماعية	Y32
1.26633	3.2973	تحتضن ادارة الشركة وتنمي المشاريع التي تتبناها منظمات المجتمع المدني	Y33
1.19307	3.4865	تساهم شركتنا في مؤتمرات وندوات منظمات المجتمع المدني .	Y34
1.16763	3.5676	تشارك ادارة الشركة في النشاطات الثقافية والاجتماعية التي تخدم المجتمع .	Y35
1.04036	3.4649	Y3 المسؤولية الاجتماعية للشركات	
1.33221	3.0459		Y41
	نها	تعتمد ادارة الشركة اساليب الحوكمة لضمان ادارة وتوجيه أعمال الشركة	
1.28750	3.0108	تمتلك ادارة الشركة حوكمة واسعة تحدد اساليب وهيكل وعمليات الشركة التي يتم فيها ادارة وتوجيه أعمالها وشؤونه	Y42
1.15563	3.0378	تأخذ ادارة الشركة بالاعتبار مصلحة أصحاب المصالح ( موردين , عاملين , مستهلكين ) .	Y43
1.16763	3.0162	تعمل ادارة الشركة على تصحيح الاخطاء الحاصلة في العمل .	Y44
1.04435	3.0092	تقوم ادارة الشركة بعملية التحفيز للابتكار في خدمة المستهلكين .	Y45

50332.	3.0000	4Y حوكمة الشركة
--------	--------	-----------------

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج 25.SPSS V

ثانيا : اختبار الفرضيات البحث : بعد اكمال خطوة احتساب متغيرات البحث ، وكذلك التحليل الوصفي للمتغيرات البحث ، فإن الخطوة الحالية هي اختبار الفرضيات ، وفي البداية سيتم اختبار فرضية الارتباط ، وبعدها اختبار فرضية التأثير ومعرفة الارتباط و التأثير بين المتغير المستقل وهو الأداء البيئي المستدام والمتغير التابع وهو سمعة الشركة ، وكالاتي :

1- اختبار فرضية الارتباط: تم الاستعانة ببرنامج الإحصائي الاجتماعي 25.spss v لقياس الارتباط بين متغيرات البحث وذلك عبر معامل ارتباط بيرسون لمتغيرات الكمية وكما يأتي :  
اختبار الفرضية الرئيسة الأولى :و التي تنص على انه (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء البيئي المستدام وسمعة الشركة) ، والتي ظهرت نتائجها كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول ( 4 ) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى للارتباط

Item	R	P	المعنوية	النتيجة
x---y	.400*	.010	معنوي	مقبول

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج 25.Spss v

تشير نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين الأداء البيئي المستدام وسمعة الشركة ، إذا بلغت قيمة معامل الارتباط (0.40) ، وبمستوى معنوية أقل من (0.05) وهو (0.01)، وبالتالي قبول الفرضية الرئيسة الأولى .

2- اختبار فرضيات التأثير : سيتم اختبار فرضيات البحث الخاصة بالتأثير وذلك بواسطة البرنامج 25.spss v عن طريق معادلة الانحدار البسيط ، كما سيتم اختبار معنوية الدالة المقدره بالاعتماد على قيمة اختبار (f)، واختبار معنوية المعلمات من خلال اختبار (t) ، وبحسب الآتي:

$$Y = \alpha + \beta x + U_i$$

Y :المتغير التابع ، A الحد الثابت في معادلة الانحدار ، أو الجزء المقطوع من محور y.

b : ميل خط الانحدار ، أو مقدار التغير الذي يحدث في المتغير التابع عندما يتغير المتغير المستقل بمقدار وحدة واحدة. X : المتغير المستقل ، U<sub>i</sub> : المتغير العشوائي.

اختبار الفرضية الرئيسة الثانية: والتي تنص على انه ( يؤثر الأداء البيئي المستدام معنويا في سمعة الشركة ، وبعد أن تم اختبارها باستخدام الانحدار البسيط ، كانت نتائجها كما في الجدول الآتي :

الجدول (5) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الثانية للتأثير

Item	A	B	R <sup>2</sup>	T	F	المعنوية	النتيجة
------	---	---	----------------	---	---	----------	---------

		*الجدولية	المحسوبة	*الجدولية	المحسوبة				
قبول	معنوي	4.03	6.663	2.021	3.101	.160	.400	1.830	x $\beta$ y

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss v 25.

تشير نتائج الجدول (5) إلى وجود علاقة تأثير معنوية بين الأداء البيئي المستدام والمتغير التابع سمعة الشركة والذي دلت عليه نتائج اختبار (T) واختبار (F) إذا كانت القيم المحسوبة أعلى من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، إذا كانت قيمة (t) المحسوبة هي (2.754) وهي أعلى من الجدولية وهي (2.021) ، أما قيمة (f) المحسوبة فأنها كانت (5.920) وبالتالي هي أعلى من الجدولية (4.03).

أما تقدير انموذج الانحدار البسيط فهو كما يأتي :

$$Y = A + B X_1 + u$$

الأداء البيئي المستدام = 400. + 1.830 سمعة الشركة

إذا تشير قيمة (B) إلى مقدار (.400) وهذا يعني إذا ازداد الأداء البيئي المستدام بمقدار (1) وحدة واحدة ، فإن المتغير التابع سمعة الشركة سيزداد بمقدار (.400) ، أما (R<sup>2</sup>) والتي توشر قيمتها مقدار (0.16) فأنها تعني أن المتغير المستقل الأداء البيئي المستدام يفسر ما قيمة (16%) من التغيرات التي تحصل في المتغير التابع سمعة الشركة ، وبناء على النتائج اعلاه يتم قبول الفرضية الرئيسية الثانية.

### الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

1. تحقيق متغير الأداء البيئي المستدام وأبعادها للقيم المقبولة للتوزيع الطبيعي.
2. تحقيق متغير سمعة الشركة وأبعادها للقيم المقبولة للتوزيع الطبيعي.
3. إن المعايير تشير إلى ملائمة النموذج المقترح من قبل الباحث للمحور سمعة الشركة هذا يعني انه بالإمكان اعتماد هذا النموذج في التحليل .
4. تتألف سمعة الشركة من مكونات التقييمات الجماعية ، جاذبية الشركة لمجموعة ، أصحاب المصلحة، مقارنة ، مجموعة مرجعية أو شركة.
5. لا زالت موضوعات تحسين سمعة الشركة تقتصر إلى التأطير والوضوح على المستويين المعرفي والتطبيقي فان دعم سمعة الشركة هو هدف متحرك غير قابل للتأطير أو الثبات في ظل بيئة حركية وسريعة التغيير .
6. وجود علاقة تأثير معنوية بين الأداء البيئي المستدام والمتغير التابع سمعة الشركة والذي دلت عليه نتائج اختبار (T) واختبار (F) إذا كانت القيم المحسوبة أعلى من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05).
7. يشكل مفهوم تحسين سمعة الشركة من المفاهيم المركزية لدى الشركة التي تركز على المصداقية والاحترام بين مجموعة واسعة من الشركات المتنافسة ، وهي تقييم عالمي ومتراكم ودائم لمدة طويلة حيث تمثل انطباعات عابرة تتعلق بفترات متعددة تمر على الشركة .

8. يعد فهم سمعة الشركة أمراً ضرورياً لتحقيق أهداف العمل لكي تتجح الشركات ، فإنها تحتاج إلى أصحاب المصلحة لدعمها إنهم يحتاجون إلى العملاء لشراء منتجاتهم وخدماتهم ، والمستثمرين للاستثمار في شركاتهم ، والمنظمين لمنحهم ترخيصاً للعمل ، والصحفيين لمنحهم تغطية عادلة ، والموظفين لتنفيذ استراتيجيتهم.

#### ثانياً: التوصيات

1. نوصي على المنظمة المبحوثة تنمية سمعة الشركة لدى العاملين وذلك لامتلاك العاملين لها ما يقود إلى إيجاد علاقات متميزة بين الأفراد في المجالات المختلفة وتحقيق أساليب التأثير في الآخرين من خلال (جودة المنتج ،جودة الخدمات ،المسؤولية الاجتماعية للشركة ،القيادة ، الحوكمة ) في بيئة العمل التنظيمية وبالتالي تحفيز المورد البشري الذي يسهم في زيادة الطاقات .
2. العمل على إقامة تحالفات إستراتيجية بين الشركة المبحوثة عينة الدراسة والمنظمات الأخرى من أجل استثمار الخبرات والمهارات التسويقية الابتكارية والخلقة وتقليل نقاط الضعف الموجودة في الشركة والعمل على تنمية برامج إدارية تركز على الابتكارات من أجل التكيف مع الضغوط والمتغيرات البيئية كونه يمثل الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي بصفة عامة ونجاح منظمات الأعمال بصفة خاصة.
3. استثمار الفهم الواضح لمتغيرات الدراسة الأداء البيئي المستدام وسمعة الشركة وإمكانية تنقل الخبرات والمعارف في ما بين الشركات، وضرورة العمل على تعزيز الفهم المععمق .
4. تحديد المسؤوليات المعرفية للأفراد العاملين ضمن هذه الشركة لتحقيق الأهداف التنظيمية وذلك من خلال القدرة على خلق وتحسين السمعة للشركة وفهم بيئة العمل المعرفي كون أن سمعة الشركة أصبح يمثل حجر الأساس لأي شركة في الوقت الراهن وذلك على ضوء التحديات التي يفرضها منطلق العولمة، كما أن إدراك أهمية سمعة الشركة في تحقيق واخذ مكانة في قطار التنافسية المتجددة والبيئة الحركية المتغيرة مما يستدعي الأخذ بمجموعة من الدوافع للوصول إلى ذلك اذكر منها: (اكتساب التكنولوجيات المتطورة، الاعتناء بالموهب والمهارات والخبرات العملية).
5. ضرورة اجراء دراسات تتعلق بالعمل السياحي على غرار شركة طريق الأفق السياحية وربطه ببعض المتغيرات الحديثة.
6. ضرورة الوعي بالقضايا البيئية فقد يؤثر أو لا يؤثر على الفرد من أجل المشاركة بنشاط معين في البرنامج البيئي، إذ يمكن أن تؤثر فيه عوامل أخرى غير ذلك مثل المعايير الاجتماعية والموارد المالية وغيرها من الظروف النفسية والاجتماعية من أجل المشاركة في البرامج البيئية.

#### المصادر والمراجع

1. Adham, A, 2019 "Social responsibility and its relationship to altruistic behavior among middle school students in the Nineveh Governorate Center" Journal of Research of the College of Basic Education, Vol. 15, No. 4.
2. Al fatlawy, M. H., al-Dulaimi, M. F., & Hussein, S. A. (2021). Total Quality Management Practices and Their Impact on the Sustainable Organizational Performance an analytical study of the opinions of a sample of employees of Al Furat State Company for Chemical and Pesticides Industries. The islamic college university journal, 1(63).
3. AL Qudah, Gassan Mustafa Ahmad(2016)"**The Role of Corporate Governance in Confronting the Financial and Accounting Corruption in the Public Firms**" Research Journal of Finance and Accounting www iisteorg ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222-2847 (Online).
4. Alfatlawy, M. H., al-Dulaimi, M. F., & Hussein, S. A. (2021). Total Quality Management Practices and Their Impact on the Sustainable Organizational Performance an analytical study of the opinions of a sample of employees of Al Furat State Company for Chemical and Pesticides Industries. The islamic college university journal, 1(63).
5. Alniacik ,Esra , Alniacik , Umit , & Erdogmus, Nihat (2012)"**How Do the Dimensions of Corporate Reputation Affect Employment Intentions ?**" Corporate Reputation Review Vol0 15, 1, 3-19 © 2012 Macmillan Publishers Ltd0 1363-35890.
6. Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. Strategic management journal, 26(3), 197-218.
7. **Bayo, P. L & Red-well, Ebikebena E.** (2021)" **ETHICAL COMPLIANCE AND CORPORATE REPUTATION: A THEORETICAL REVIEW**"International Journal of Research in Education and Sustainable Development | ISSN: **2782-7666** Vol. 1, Issue 10 (October).
8. Bénabou, R., & Tirole, J. (2010). "Individual and corporate social responsibility. Economica, 77(305), 1-19.
9. Birjani, m. A., pour, s. B., & mehr, s. S. (2019). Investigating the relationship between job-stress and emotional intelligence with social responsibility in doctors by work

- ethics, journal of economic and social research vol. 18, special issue.4, 2019, 690–696.
10. Bui, M. L. (2021)." Corporate reputation and accountability of corporate environmental responsibility: Theoretical triangulation and conflicting accountabilities. " *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(8), 21–28. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0021>.
  11. Danjuma, Ibrahim & Rasli, Amran(2012) "**Imperatives of service innovation and service quality for customer satisfaction: Perspective on higher education**" *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 4 ( 2012 ) 347 – 352, The 2012International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management .
  12. Edi. Basri, Yuswar Zainul, & Arafah Willy (2020) "**The Effect of Acquisition Synergy on Firm Performance moderated by Firm Reputation**" *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies* 6/1: 16–32.
  13. Farhan, Muhammad, Hussain, Rai Imtiaz,. Khan, Sajjad Nawaz & Tahir, Muhammad Sohail (2020)" The Relationship Among The Corporate Reputation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty And Behavioral Intentions. A Study On the Pakistan Textile Industry" *International Journal of Disaster Recovery and Business Continuity* Vol.11, No. 3, (2020), pp. 01.13 ISSN: 2005–4289 IJDRBC Copyright .2020 SERSC.P1
  14. Gurrala , Jyostna Devi & Battu, Nagaraju (2019)" **Corporate Social Responsibility Initiatives In Live Stock Development And Social Forestry – A Study In ITC Limited**" *IMPACT: International Journal of Research in Business Management (IMPACT: IJRBM)* ISSN (P): 2347–4572; ISSN (E): 2321–886X Vol 7, Issue 2, Feb 2019, 25–32 © Impact Journals.
  15. Haywood, Roger (2012) "**Corporate Reputation, The Brand & The Bottom Line**" powerful proven communication strategies for maximizing value / 3rd ed p cm Previous ed published as: *Manage your reputation* London: Kogan Page.
  16. Hsiao, Chih–Yi , Yan, Qing–Ru , Yang, Di & Zhu, Rui–Xiong (2022)" **Corporate Governance against Systematic Risk during COVID–19 -- Empirical Findings Based on fs/QCA** " *Journal of Business and Management Sciences*, 2022, Vol 10,

- No 1, 30–38 Available online at <http://pubssciepubcom/jbms/10/1/4> Published by Science and Education Publishing DOI:10012691/jbms–10–1–40.
17. Hubbard, G. (2009). Measuring organizational performance: beyond the triple bottom line. *Business strategy and the environment*, 18(3), 177–191
18. Ishaq, Muhammad Ishtiaq(2012)"**Perceived Value, Service Quality, Corporate Image And Customer Loyalty: Empirical Assessment From Pakistan**"*Serbian Journal of Management* 7 (1) (2012) 25 – 36.
19. Jaaron, A. A., & Backhouse, C. J. (2019). Fostering sustainable performance in services through systems thinking. *The Service Industries Journal*, 39(15–16), 1072–1098.
20. Jamila, W., & Atanb, T. (2020). The Effect of Diversity on Employee Sustainable Performance within NGOs Located in Lebanon after the Syrian War. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29(5), 1344–1359.
21. Kircova, E. & Esen, E. (2018) "**The Effect Of Corporate Reputation On Consumer Behaviour And Purchase Intention Management Research And Practice**",*Management Research And Practice* Volume 10, Issue 4, DECEMBER 2018.
22. KNOUCH, M., & ÇETİN, 2022. "The Mediating Role of Environmental Collaboration in the Effect of Green Supply Chain Management on the Firm Sustainable Performance: Evidence from Algeria. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 11(2), 212–221
23. Loke, R. E. and Lam-Lion, R(2021)"A Company's Corporate Reputation through the Eyes of Employees Measured with Sentiment Analysis of Online Reviews"*DATA 2021 – 10th International Conference on Data Science, Technology and Applications*.
24. Malik, S. Y., Hayat Mughal, Y., Azam, T., Cao, Y., Wan, Z., Zhu, H., & Thurasamy, R. (2021). Corporate Social Responsibility, Green Human Resources Management, and Sustainable Performance: Is Organizational Citizenship Behavior towards Environment the Missing Link?. *Sustainability*. 13(3), 1044.
25. Markovic, Stefan (2018)"**21st-Century Brand Saninnovation Opportunity And An Ethical Challenge**"*Cif G: 59069740 CIF G: 596974 Universitat Ramon Llull Fundació Rgtre Fund Generalitat de Catalunya núm 472 (28–02–90*.

26. Mporu, Bhekizulu M.(2019) "Corporate Reputation And Financial Performance: Perspectives Of South African Company Executives"A Thesis Submitted To The Department Of Business Management, Faculty Of Economic And Management Sciences, University Of Pretoria, In Fulfilment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy.
27. Ong, T. S., Teh, B. H., & Lee, A. S. (2019). Contingent factors and sustainable performance measurement (SPM) practices of Malaysian electronics and electrical companies. *Sustainability*, 11(4), 1058.
28. Pfister, Benjamin; Schwaiger, Manfred; Morath, Tobias (2020) " Corporate reputation and the future cost of equity, *Business Research*, ISSN 2198–2627, Springer, Heidelberg, Vol. 13, Iss. 1, pp. 343–384, <http://dx.doi.org/10.1007/s40685-019-0092-8>.
29. Sadjarto , Arja., Gunawan , Gabriella Ivana & Wibisono , Georgina Kelly (2021)" Forward–Looking Disclosure and Corporate Reputation in the Middle of Pandemic as Mechanisms to Reduce Stock Return Volatility" *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 197* 6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, management, and Social Science (TEAMS 2021).
30. Salami, Oladipupo Luqman , Johl, Satirenjit Kaur & Ibrahim, Mohd Yusoff , (2014) " **Holistic Approach to Corporate Governance: A Conceptual Framework**" *Global Business and Management Research: An International Journal* Vol. 6, No. 3.
31. Schuetz, Agnieszka (2016)"**Effective Leadership and its Impact on an Organisation's Success**"*Journal of Corporate Responsibility and Leadership*,3volum 3 issue 3 Issue.
32. Simsekli, Y. (2015). An implementation to raise environmental awareness of elementary education students. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 191, 222–226.
33. Stravinskiene, J, Migele Matuleviciene, M, Hopeniene, R (2021)"**Impact of Corporate Reputation Dimensions on Consumer Trust**" *inerine Ekonomika–Engineering Economics*, 2021, 32(2), 177–192.

34. Taank, Nisha(2020)" **The Changing Scenario of Corporate Social Responsibility in India**" Nisha Taank/ International Journal for Research in Management and Pharmacy (I0F050944) Vol 9, Issue 11, Nov: 2020 (IJRMP) ISSN: 2320– 09010.
35. Taghian, Mehdi ,. D'Souza, Clare ,.& polonsky, Michael (2014)"Corporate Reputation and Business Performance"See discussions, stats, and author profiles for this publication at.
36. van Zeijl-Rozema, A., Cörvers, R., Kemp, R., & Martens, P. (2008). Governance for sustainable development: a framework. *Sustainable Development*, 16(6), 410–421.
37. Wang, C., Zhang, S., & Zhang, X. (2022). How to Embrace Sustainable Performance via Green Learning Orientation: A Moderated Mediating Model. *Sustainability*, 14(13), 7933
38. Xhema, Jonida & Metin, Hasan(2018)"**How Product Quality And Corporate Image Affect Customer Loyalty: An Empirical Study**" International Journal of Management and Applied Science, ISSN: 2394–7926 Volume–4, Issue–4, Apr–2018 <http://irajin>.
39. Yadav, S. S. K., & Bandyopadhyay, A. (2014). A Comprehensive Framework For Sustainability Awareness Through Social Media–A System Dynamics Approach. *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 6(2), 129–144.