

**استخدام نظام إدارة الجودة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للمنتجات
المصرية : دراسة ميدانية
د/ أحمد عزمي زكي عبد العزيز - مدرس بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة قناة السويس**

الملخص:

استهدف البحث إبراز أهمية تبني نظم إدارة الجودة البيئية كمدخل لتحسين الصورة الذهنية لتحقيق مستوى تنافسي محلي ودولي في مجال تنمية الصادرات الزراعية. كذلك معرفة مدى الاختلاف بين تطبيق المعايير البيئية وبين الواقع الفعلي للشركات موضوع البحث. كذلك التوصل إلى محددات العمل الإدارية والتي تساعد على إنتاج منتجات نظيفة خالية من التلوث البيئي بالشركات محل البحث، وقد قام الباحث بعمل مقابلات متعمقة وتحديد مجتمع وعينة البحث سواء مع العاملين أو المتعاملين مع هذه الشركات كذلك تحليل للبيانات الثانوية المتاحة لتوصيف مشكلة البحث، وتحديد فروض ومتغيرات البحث، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و التوصيات والتي تعمل من خلالها على تحسين الصورة الذهنية للمنتجات المصرية سواء للشركات العاملة في المنتجات الزراعية أو المنتجات الأخرى على المستوى الدولي.

Abstract:

Research aimed at highlighting the importance of adopting environmental quality management systems as an entry point to improve the mental image to achieve local and international competitive level in the field of agricultural export development. The researcher also conducted an in-depth interviews and identification of the community and sample of the research, whether with employees or dealers. These companies also analyzed secondary data available to describe the problem of research, and identified the hypotheses and variables of research. A set of conclusions and recommendations were reached which improve the mental image of Egyptian products, Sponsor or other products at the international level.

المقدمة:

أصبح تطبيق نظام الادارة البيئية ضرورة ملحة لأي دولة تريد التكيف والتوافق مع التشريعات البيئية التي تطبقها التكتلات الاقتصادية عند دخول المنتجات الى دولها وخلق القدرة التنافسية اللازمة للتواجد في تلك الأسواق، وخاصة الاتحاد الأوروبي الذي يقوم بإصدار دليل موحد للمواصفات ومعايير الجودة البيئية، بما يتطلب من المنظمات ان تواكب التطور الذي يحدث في نظام الادارة البيئية، والذي يهدف الى تحقيق وتلبية رغبات المستهلكين والتوافق مع الالتزامات القانونية والاجتماعية وتحقيق النمو المتواصل والنفوذ الى الاسواق العالمية.

وقد اتجهت المنظمات العالمية الى تطبيق نظام الادارة البيئية من خلال منظمات التوحيد القياسي مثل نظام ادارة الجودة البيئية ايزو 14000 بهدف تطبيق السياسة والمراجعة البيئية، والحصول على الشهادات الدالة عليها.

ونظراً للتطورات التي تحدث في المتغيرات العالمية والتخلي عن القيود الكمية والجمركية وازدياد طلب المستهلك على المنتجات الاعلى جودة بتكلفه اقل، لذلك فإن الصادرات المصرية تواجه عند دخولها الاسواق الاجنبية معوقات تتعلق بالبيئة وبالاشرطات الاخرى، ومن ثم أصبح من الضروري التعرف على نظم الادارة البيئية والاختذ بتطبيقاتها لتفادي تراجع الصادرات وتسهيل تواجدها بالأسواق العالمية وكسب أسواق جديدة من خلال تحسين صورتها الذهنية.

حيث تزايد في الآونة الاخيرة الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية (Image) وأهميتها بالنسبة للشركات الانتاجية والخدمية نظراً لأهميتها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات عن الجهة المصدرة، ويجاد سلوك إيجابي للأفراد تجاه منتجات الشركات.

فتكوين الصورة الذهنية الجيدة هدفاً أساسياً تسعى اليه معظم الشركات التي تسعى الى الاستمرار وتحقيق المزايا التي تمكنها من البقاء والنجاح، وقد أدركت الشركات بمختلف اشكالها أهمية دراسة وقياس الصورة الذهنية الموجودة في اذهان جماهيرها لكي تبني الاستراتيجيات والخطط والتوجهات، التي تهتم بتحسين المفاهيم والمعارف والادراكات الذهنية للجمهور الداخلي والخارجي، وبالتالي خلق البيئة الملائمة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية في كافة المجالات.

أولاً: مراجعة وتحليل الدراسات السابقة

إن مراجعة الدراسات السابقة تعتبر الأساس الذي يعمل على تدعيم واستكمال الإطار النظري للدراسة، فهي تعمل بمثابة مرشد للفكر الذي يقوم عليه البحث العلمي، حيث يتم بناء هيكل الدراسة من خلال معرفة واستكمال ما انتهى إليه الآخرون. وسوف يقوم الباحث في هذا الجزء بعرض هذه الدراسات التي سبق أن تناولت موضوع البحث أو بعض جوانبه المختلفة سواء كان ذلك في مصر أو بعض الدول الأجنبية، والتي اختلفت من حيث أهدافها، متغيراتها، البيانات التي استخدمتها ونتائجها، ويمكن للباحث عرض هذه الدراسات من خلال تقسيم هذا الجزء إلى الجوانب التالية:

١- الدراسات التي تناولت الإدارة البيئية:

ويهدف هذا الجزء من البحث إلى التعرف على تحليل للدراسات التي تناولت متغيرات الإدارة البيئية، فمن خلال اطلاع الباحث على الدراسات العربية والأجنبية في الجوانب المختلفة لمتغيرات الإدارة البيئية أو بعض الجوانب المتعلقة به يمكن عرضها فيما يلي:

تناولت دراسة (منى أبو العطا، ٢٠١٣) التعرف على وضع الصادرات وقدرتها التنافسية، والتعرف على المعايير والاشتراطات الخاصة بالتصدير للدول الأجنبية، وتحديد مشكلات وعوائق دخول السلع المصرية للأسواق الأجنبية، والصادرات المصرية تواجه مشكلة في دخول الاسواق الاجنبية من اهم تلك المشكلات عدم استيفاء المنتجات المصرية للاشتراطات البيئية، وجزء كبير من تلك المشكلة يقع على عاتق الاجهزة الحكومية والتي اكدت بوضع تشريعات وقوانين دون وضع خطة شاملة للنهوض بالأوضاع البيئية، ضرورة دمج التشريعات البيئية المصرية مع التشريعات البيئية العالمية حتى تستطيع المنتجات المصرية استيفاء المتطلبات البيئية العالمية والتي تمكنها من دخول الاسواق الاجنبية. أما دراسة (Josephine Mc Court, 2013) فاستهدفت التعرف على امكانيه دمج نظام ادارة الجودة البيئية ونظام السلامة والصحة المهنية مع نظام جودة التدريب ايضا فوائد دمج النماذج الإدارية الثلاثة مع بعضها البعض وتأثيرها على المنظمة، ووضع تصور لنظام ادارى يشمل النظم الإدارية الثلاثة كنظام واحد يمكن تطبيقه بواسطة المستويات الإدارية المختلفة داخل

المنظمة-اوضحت نتائج الدراسة ان الشركات التي اعتمدت النظم الإدارية الثلاثة قد حققت معدلات أداء عالية الخطوة الاولى نحو وضع نظام ادارى متكامل يشمل النظم الادارية الثلاثة هو دعم الادارة العليا ومدى اقتناعها بجدوى تلك النظم، يجب على الادارة العليا توفير كافة الامكانيات المادية والبشرية والتقنية لتنفيذ البرامج الادارية الثلاثة من اعتمادات مالية وفرق عمل مؤهلة ومدربة جيداً ومن وسائل تكنولوجية حديثة ونظام معلومات متطور. كما تناولت دراسة (Bren Donald, 2012) أثر تطبيق نظام ادارة الجودة البيئية ايزو 14001 على المنظمات الأمريكية، كذلك معرفه الى أي مدى تلتزم المؤسسات الصناعية الأمريكية محل الدراسة بمعايير ادارة الجودة البيئية، معرفه كيفية الاستفادة القصوى من المخلفات الناتجة عن عمليه التصنيع، وايضاح ضرورة دمج نظام ادارة الجودة البيئية ضمن النظام الإداري للمؤسسات محل الدراسة، ساعد تطبيق نظم الجودة في المؤسسات محل الدراسة على رفع معدلات الأداء عن طريق:

- تقليل نسبة التالف في الانتاج.
- زيادة كفاءة أداء العاملين بفضل تنفيذ خطط وبرامج تدريبية متخصصة.
- زيادة انتاجية العاملين يجعل بيئة العمل مناسبة بيئياً.
- تحقيق وفورات في التكاليف عن طريق إعادة تدوير المخلفات والاستفادة منها.
- التخفيض في استهلاك الطاقة.
- تحقيق ميزة تنافسية عن طريق الانتاج النظيف والذي يرفع من سمعه المؤسسة.

يؤدي تطبيق نظم الادارة البيئية ايضاً الى اتاحة الفرصة لمنتجات الشركة لدخول الاسواق العالمية عن طريق الالتزام بقوانين البيئة التي تفرضها اتفاقيات التجارة العالمية وهو عكس ما يحدث في الدول النامية والتي لا تطبق نظم إدارة الجودة البيئية، وبالتالي لا تستطيع منتجاتها المنافسة في الاسواق الدولية.

واتفق هذا مع دراسة (شيرين زغلول زكي، ٢٠١١) والتي استهدفت دراسة تحليلية للتجارة الخارجية لاهم المحاصيل الزراعية المصرية، كذلك معرفه أوضاع الصادرات المصرية وأهم المنتجات المصرية المصدرة للأسواق الأجنبية، والتعرف على وضع الميزان التجارة الكلى والزراعي، ودراسة تطوير المتغيرات الاقتصادية

التي تؤثر على انتاج وتصدير الحاصلات الزراعية المصرية وعلاقتها بالوضع التنافسي للمنتجات المصرية بالأسواق الأجنبية- التأكيد على توجيه مسار البحث العلمي لخدمة قضايا الزراعة المحلية وتوفير المخصصات المالية واللوجستية والتشريعية اللازمة، يستحوذ عدد قليل من المصدرين الكبار على النسبة الأعظم من إجمالي الصادرات الزراعية المصرية والذي يؤخذ عليهم عدم التنسيق فيما بينهم مما يؤدي الى تدهور الاسعار التصديرية، وتواجه الصادرات المصرية عدد من العقبات كعدم التزام المصدرين بالمواعيد ودخول غير المتخصصين هذا المجال الدقيق مما يضر بسمعه الصادرات المصرية. **ويختلف هذا مع دراسة (William M. Gurie, 2010)** والتي استهدفت دراسة دور نظم ادارة الجودة البيئية ايزو 14001 في ادارة الأزمات في الصين، وابرارز دور نظم إدارة الجودة البيئية في معالجة الكوارث والأزمات، والتعرف على الخطوط الإرشادية لتطبيق نظم ادارة الجودة البيئية التوصل الى نموذج متكامل لنظم ادارة الجودة البيئية مع نظم الادارة المختلفة والمتعلقة بمعالجة الكوارث، لا تتوافر لدى العديد من المؤسسات التي قامت عليها الدراسة رؤيه واضحة لكيفية تبنى مفهوم نظم الادارة البيئية وأن ما تم في هذا الصدد لتلبية الاحتياجات القانونية فقط دون ادماج نظم الادارة البيئية في نظام متكامل للإدارة، والغياب الكامل في العديد من المؤسسات التي قامت عليها الدراسة لتقييم منافع وتكاليف الاجراءات البيئية المتخذة والمتعلقة بتغيير مادة اوليه معينة او منتج معين طالما ان المؤسسة ليست مجبرة عن التخلي عن هذا المنتج، وعدم وجود نظام معلومات لتبادل النفايات الصناعية بين المؤسسات التي تمت عليها الدراسة مما يؤدي الى صعوبة التخلص من النفايات الضارة والتي قد تؤدي الى حدوث كوارث بيئية.

٢- الدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية:

تناولت العديد من الدراسات السابقة موضوع الصورة الذهنية أو أبعادها المختلفة مع اختلاف مجال التطبيق سواءً على المنظمات الانتاجية أو الخدمية ويمكن عرضها فيما يلي:

استهدفت دراسة (بلال خلف الكارثة، ٢٠١٢) التعريف بأخلاقيات الوظيفة العامة وإدارة الصورة الذهنية، والتعرف على مدى الالتزام من قبل الموظفين

بأخلاقيات الوظيفة العامة واثرا على ادارة الصورة الذهنية، وتحديد مستوى الفروقات الاحصائية بين الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة تجاه ممارسة اخلاقيات العمل وتقديم مجموعه من الاقتراحات والتوصيات التي تساهم في تحفيز الموظفين على الالتزام بأخلاقيات الوظيفة وتم قياس الصورة الذهنية من خلال ثلاثة أبعاد هي (الصورة الذاتية، الصورة المدركة، الصورة المرغوبة)، واتضح من نتائج الدراسة ان هناك اهتمام عالي من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بأخلاقيات العمل، وتوصلت نتائج الدراسة الى ان شركات الاتصالات الأردنية تحسن ادارة صورتها الذهنية بأبعادها الثلاثة ولخصت الدراسة وجود تأثير معنوي لأبعاد اخلاقيات العمل مجتمعه في الصورة الذهنية بأبعادها الثلاثة، وهذه نتيجة لم تكن مفاجئة، وظهرت الدراسة عدم وجود اثر معنوي لأبعاد واخلاقيات العمل مجتمعه في الصورة الذهنية الذاتية. أما دراسة (محمود محمد عوض بدير، خالد بن عبد المحسن المرشدي، ٢٠١٣) فهذه الدراسة تهدف الى التعرف على واقع الصورة الذهنية الحالية عن جامعه القصيم لدى جمهورها الداخلي والخارجي، والتعرف على نوع وطبيعة العلاقة بين المجتمع الداخلي والخارجي والصورة الذهنية للجامعة ودورهم في صياغة الاستراتيجية الخاصة بالجامعة مع جمهور المستفيدين، والوصول الى توصيات محددة بشأن اهم الطرق والوسائل لا دارة وتنمية الصورة الذهنية للجامعة وتم قياس ابعاد الصورة الذهنية (الصورة الذاتية، الصورة المدركة، الصورة المرغوبة)، وقد توصلت الدراسة إلى انه استطاعت جامعه القصيم تحقيق صورة ذهنية كلية بدرجة متوسطة، في حين قامت جامعه القصيم بترسيخ صورتها الذهنية المدركة من وجهه نظر المجتمع الخارجي والطلاب بدرجة متوسطة، الا انها حققت صورتها المرغوبة من وجهه نظر إدارة الجامعة وإدارة الكليات بدرجة متوسطة، في حين حققت صورتها الذاتية من وجهه نظر أعضاء هيئة التدريس بدرجة مرتفعة.

كما تناولت دراسة (E.KO et al, 2013) استكشاف العلاقة بين التسويق الاخضر والصورة الذهنية للشركة ونوايا اعادة الشراء في محيط تجارة التجزئة وذلك من منظور المستهلكين. وقد توصلت الى أن الصورة الذهنية للشركة تتكون من ثلاثة عوامل وهي (المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية للمنتج وشهرة الشركة)، وتشير نتائج الدراسة إلى ان تسويق الأخضر له تأثير مباشر على المسؤولية الاجتماعية

للشركات وعلى الصورة الذهنية للمنتج. أما دراسة (Hung-Che We, 2014) فاستهدفت اختبار العلاقات المتداخلة بين (النوايا السلوكية ورضا العملاء والقيمة المدركة والصورة الذهنية) للشركة وجودة الخدمات في قطاع صناعة الرياضة، وقد توصلت إلى أن وجود الخدمة تؤثر بصورة ذات دلالة معنوية على القيمة المدركة وعلى الصورة الذهنية على التوالي، وعلاوة على ذلك القيمة المدركة والصورة الذهنية هي المحددين لسلوكيات الأفراد. أما دراسة (Chen et al, 2014) فاستهدفت فحص خصائص مدونات السفر، والتي تجذب انتباه السائحين، وتؤثر على قرارهم بالسفر، وتوصلت إلى أن الحداثة، القابلية على الفهم والتشويق يؤثر على نية الزيارة، من خلال الاستمتاع باستخدام المدونات والحداثة تكون ذا تأثير الأكثر قوة على نية الزيارة والموثوقية لا تمتلك تأثيرا على متعه استخدام المدونة ويمكن من استخدام المدونات كأداة مهمة لتسويق السياحة تمقياس ابعادها على (الصورة الذهنية المدركة).

وتناولت دراسة (TahmouresHasanghlipour et al, 2014) تحديد تأثير عناصر المزيج التسويقي من منظور عملاء شركات Talia and Rightel companies على حقوق ملكية العلامة التجارية كما تختبر الدراسة تأثير الصورة الذهنية للشركة على العلامة التجارية للشركات محل البحث، وتوصلت الى أن عناصر الخليط التسويقي لها علاقة ذات دلالة معنوية بحقوق ملكية العلامة التجارية والصورة الذهنية للشركة، كما تبين نتائج الدراسة ان هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين الصورة الذهنية للشركة وحقوق ملكية العلامة التجارية وتم قياس ابعاد الصورة الذهنية من خلال (صورة الشركة، الولاء للماركة، الجودة المدركة، الوعي بالعلامة التجارية). أما دراسة (مروة عبد المعز حسين، ٢٠١٤) فاستهدفت اظهار تأثير الصورة الذهنية للعلامة التجارية على أداء الشركة في السوق والبحث في العلاقة بين الصورة الذهنية للعلامة التجارية وقابليه الأسهم للتداول ومعرفه ما اذا كان لأداء المنشأة في السوق دورا في التأثير على العلاقة بين الصورة الذهنية للعلامة التجارية وقابليه السهم للتداول، وقد توصلت إلى أن الصورة الذهنية للعلامة التجارية الذي يقوم بناءها النشاط التسويقي تقوم بدورا هاما في التأثير على قرار المستثمرين في رغبتهم في استثمار بعض الاوراق المالية اكثر من غيرها، ويقوم الأداء في سوق بدور

المتغير الوسيط بين الصورة الذهنية للعلامة التجارية وقابلية الاسهم للتداول وذلك يعنى ان التأثير المباشر للصورة الذهنية للعلامة التجارية على قابلية الاسهم للتداول اقل من ذلك التأثير الذى يحدث عند اضافة الأداء في السوق كمتغير وسيط. وحاولت دراسة (Pierre pomaret, 2008) الحصول على اجابه واضحة لمشكلتها وفهم وتحليل ماهي الاسباب التي تجعل الشركة تستخدم استراتيجية التمايز و اشار الى أن الصورة الذهنية واحدة من أدوات التمايز لخلق ميزة المنافسة وبهدف فهم كيفية إدراك المستهلك للرسائل، وتوصلت الى وفقا للمجالات الأربعة الصورة الشركة من خلال تحليل وتفسير بيانات يمكن ملاحظة كيف ينظر المستهلكون للشركات على حد سواء ومن هو أفضل مجال متمركز في ذهن المستهلك من المجالات الأربعة وتوصل الى ان مجال الخدمات له اهمية خاصه في خلق صورة الشركة. أما دراسة (ALirezaAmini, et al, 2012) فاستهدفت التركيز على تأثيرات الاستراتيجيات التسويقية مثل اداء القناة التسويقية والسعر الموجه بالقيمة والترويج وخدمات ما بعد البيع على حقوق ملكية العلامة التجارية بصورة مباشرة وتأثير الصورة الذهنية للشركة على العلامة التجارية بصورة غير مباشرة، وقد توصلت إلى ان كل جهود المزيج التسويقي تؤثر إيجابيا على القيمة الكلية لحقوق ملكية العلامة التجارية وذلك من خلال ابعاد حقوق ملكية العلامة التجارية الثلاثة المتمثلة في (الجودة المدركة والولاء للعلامة التجارية والوعي بالعلامة التجاري)، كما تبين النتائج ان الصورة الذهنية للشركة تتوسط تأثير جهود المزيج التسويقي على الابعاد الثلاثة لحقوق ملكية العلامة التجارية. كما تناولت دراسة (Fard & Yaghoub, 2015) دراسة العوامل المؤثرة في تطوير وتحسين الصورة الذهنية والبنية التحتية والاتصالات السلوكية واللاسلكية على ثقة عوامل العملاء في البنك، كذلك استقصاء العوامل التي تؤثر على تطوير وتحسين الصورة الذهنية للعملاء حول الخدمات المصرفية الإلكترونية، وقد توصلت إلى أن موقف العملاء، ومهارة العملاء والمزيج التسويقي هذه المتغيرات لها تأثير إيجابي على مؤشر ثقة المستهلك، ويمكن ان تزيد من الطلب على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، كذلك يمكن تحسين خدمات البنوك لتعزيز الصورة الذهنية للعملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية. كما استهدفت دراسة (Fariddedin& Mozhddeh, 2014) دراسة تأثير أبعاد الجودة من ناحية (جودة البيئة

المادية، نوعيه الغذاء، جودة الخدمة) على الصورة الذهنية للمطعم، كذلك دراسة تأثير أبعاد الجودة السابقة على رضا العملاء على اساس نموذج kisang's. وكشفت النتائج أن أبعاد الجودة لها تأثير إيجابي وكبير على الصورة الذهنية فيما يتعلق بالمطعم والقيمة المدركة للعميل، كذلك تأثير الصورة الذهنية والقيمة المدركة لها تأثير مباشر على رضا العملاء والذي له تأثير إيجابي وكبير على العملاء وسلوك ما بعد الشراء. أما دراسة (Nasrinet, et al, 2014) فهدفت إلى تقييم تأثير جودة الخدمات المادية والمواد الغذائية والمطاعم على الصورة الذهنية للمطعم، وتقييم تأثير جودة الخدمات المادية والمواد الغذائية والمطاعم على سلوك ورضا العملاء، وقد توصلت إلى أن المديرين بحاجة إلى المزيد من الاهتمام لرضا العميل مع مزيج استثنائي من (الذوق السليم، الجودة وجاذبيه العرض) له تأثير هام على الصورة الذهنية للعميل، كذلك جميع المكونات الثلاثة (البيئة المادية، الخدمات، والغذاء) للمطاعم هي عوامل هامة في تكوين الصورة الذهنية للمطعم.

٣- تحليل الدراسات السابقة:

أوضحت نتائج الدراسات السابقة العديد من الجوانب المتعلقة بمتغيرات البحث، والتي من شأنها تحدد كيفية تطبيق نظم الإدارة البيئية وجوانب قياسها، كذلك جوانب ومحددات تحسين الصورة الذهنية من خل جوانب استخدام نظم الإدارة البيئية، ويمكن للباحث من تحليل للدراسات السابقة استنتاج العلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال ما يلي:-

- أ- هناك ندرة وقصور واضح في الدراسات التي لم تتناول بشكل مباشر أو غير مباشر تأثير انخفاض الاهتمام بأساليب ونظم الإدارة البيئية على الصورة الذهنية للمنتجات المصرية وهو ما تم تناوله من خلال هذا البحث.
- ب- اتفقت معظم الدراسات المتعلقة بالجوانب المختلفة للإدارة البيئية أن تطبيق نظم إدارة الجودة البيئية يحتاج مجموعة من المتطلبات والمعايير حتى يكون التطبيق فعالاً مثل:-

- ضرورة توفير الدعم المالي اللازم.
- تأهيل الكوادر البشرية المدربة من خلال تفعيل برامج التدريب البيئي.
- دعم الإدارة العليا.

ج- اتفقت معظم الدراسات السابق ذكرها في أن تحسين الصورة الذهنية للمنتجات يعتمد على ثلاثة جوانب أساسية هي :-

- الجانب المعرفي.
- الجاني الإدراكي.
- الجانب السلوكي وهي تؤثر تأثير مباشر في زيادة درجة الثقة في المنتج.

ثانياً: الدراسة الاستطلاعية

قام الباحث بدراسة استطلاعية استهدفت أساساً المساهمة في تحديد وبلورة مشكلة البحث وتكوين فروضه وتحديد البيانات اللازمة لاختبار هذه الفروض، والأساليب المناسبة لجمعها، وتحديد مجتمع البحث، ووحدة المعاينة، وذلك من خلال تقسيم هذه الدراسة كما يلي:

١- تحليل البيانات الثانوية:

استنتج الباحث أن هذا القطاع يعاني من بعض المعوقات، ويمكن توضيح هذه المعوقات من خلال عرض الظواهر العامة الذي يعاني منها هذا القطاع، كذلك عرض لظواهر المشكلة أو جوانب الضعف التي تعاني منها الشركات بهذا القطاع محل البحث والتي تمثل ظواهر لمشكلة البحث ويمكن عرضها فيما يلي:

أ- انخفاض صادرات المنتجات الزراعية المصرية:

جدول رقم (١)

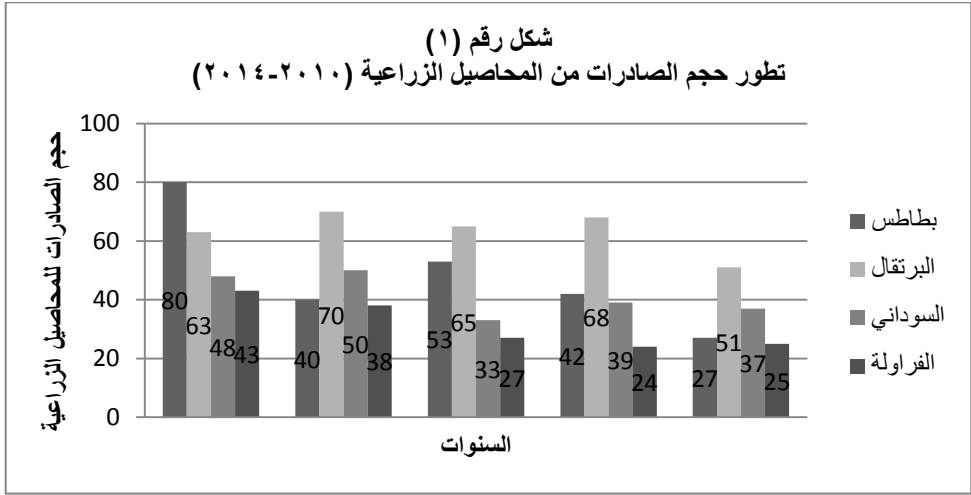
الصادرات المصرية لأهم المنتجات الزراعية (القيمة بالمليون دولار)

م	بيان	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤
١	البطاطس	٨٠	٤٠	٥٣	٤٢	٢٧
٢	البرتقال	٦٣	٧٠	٦٥	٦٨	٥١
٣	الفول السوداني	٤٨	٥٠	٣٣	٣٩	٣٧
٤	الفاصوليا	٤٣	٣٨	٢٧	٢٤	٢٥

المصدر: النشرات السنوية لمركز تنمية الصادرات المصرية، وزارة الاستثمار، (٢٠١٠-٢٠١٤).

يتضح من الجدول السابق بلغت الصادرات الزراعية المصرية لأهم المنتجات المصرية التي تصدر للأسواق الخارجيه وهي بالنسبة للبطاطس فقد بلغت الصادرات عام ٢٠١٠ أعلى معدل لها بلغت عام ٢٠١٤ أدني معدل لها، بالنسبة للبرتقال فقد بلغت الصادرات عام ٢٠١١ أعلى معدل لها وبلغت عام ٢٠١٤ أدني معدل لها، بالنسبة للفول السوداني بلغت الصادرات عام ٢٠١١ أعلى معدل لها بينما بلغت عام ٢٠١٤

أدني معدل لها، بالنسبة للفرولة فقد بلغت الصادرات عام ٢٠١٠ أعلى معدل لها بينما بلغت عام ٢٠١٣ أدني معدل لها، مما سبق يتبين ان هناك انخفاضا ملحوظاً في الصادرات الزراعية المصرية نتيجة عدم قدرة المنتجات الزراعية المصرية على الاحتفاظ بالأسواق الخارجية، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



جدول رقم (٢)
الصادرات الزراعية المصرية لإجمالي الخضر والفاكهة

م	بيان	٢٠١٣	٢٠١٤	نسبه التغير
١	الخضروات	٤٠٤,٥٤	٣٥١,١	-٢٢.١٣%
٢	الفاكهة	٤٩٢,٠٤	٤٠١,٢٥	-١٨.٤%

المصدر: نشرات مؤشرات التجارة الخارجية، الكتاب الإحصائي السنوي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، جمهورية مصر العربية (٢٠١٣-٢٠١٤)

يتضح من الجدول السابق أن الصادرات المصرية من الخضروات عام ٢٠١٣ بلغت مبلغ ٤٠٤,٥٤ مليون دولار وعام ٢٠١٤ بلغت ٣٥١,١ مليون دولار بانخفاض قدرة -١٣.٢٢% وبلغت صادرات الفاكهة عام ٢٠١٣ بمبلغ ٤٩٢,٠٤ مليون دولار وبلغت عام ٢٠١٤ مبلغ ٤٠١,٢٥ مليون دولار بانخفاض قدرة -١٨.٤% وهو مؤشر على انخفاض معدل الصادرات المصرية من الخضر والفاكهة.

كذلك فهناك انخفاض للصادرات من الحاصلات الزراعية إلى أهم التكتلات الجغرافية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (٣)

مقارنة صادرات الحاصلات الزراعية المصرية إلى أهم التكتلات الجغرافية

م	التكتلات الجغرافية	موسم ٢٠١٢-٢٠١٣		موسم ٢٠١٣-٢٠١٤		نسبة الزيادة أو النقص	
		الكمية (ألف طن)	القيمة (مليون دولار)	الكمية (ألف طن)	القيمة (مليون دولار)	الكمية (%)	القيمة (%)
١	دول عربية	١.٥٨٢	١.٠٢٦	١.٤٤٦	١.٠٠٠	(٩%)	(٣%)
٢	دول أوروبية خارج الاتحاد الأوروبي	٥٨٧	٣١٩	٧٥٠	٤٠٢	٢٨%	٢٦%
٣	دول الاتحاد الأوروبي	٧٤٦	٦٢٧	٦٢٨	٦١٦	(١٦%)	(٢%)
٤	دول آسيا	١١٣	٧١	١٦٩	١٠١	٥٠%	٤٢%
٥	دول أفريقيا	٢٠	١٩	١٧	١٨	(١٥%)	(٦%)
٦	دول الأمريكتين	١٢	٢٨	١٠	٢٠	(١٩%)	(٢٧%)
٧	دول استراليا	١	١	٠.٤	١	(٣٦%)	(٣٤%)

المصدر: التقرير السنوي للصادرات الزراعية المصرية، الهيئة العامة للاستثمار، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٢-٢٠١٤.

من الجدول السابق يتضح أن الصادرات المصرية إلى دول الاتحاد الأوروبي قد انخفضت بنسبة ١٦% وإلى استراليا بنسبة ٣٦% وإلى الأمريكتين بمعدل ١٩%، وذلك إلى جانب عدم تحقيق النمو المطلوب في كمية الصادرات الزراعية المصرية إلى الدول الأجنبية، وهو مؤشر على عدم قدرة المنتجات الزراعية المصرية على استيفاء متطلبات الدخول لأسواق تلك الدول والتي هي في الغالب طبقاً للتقارير والدراسات التي تمت في هذا المجال نتيجة عدم مطابقة المنتجات المصرية لمواصفات سلامة الغذاء العالمية.

ب- النفايات والمخلفات الزراعية:

حيث أشارت الاحصائيات أن المخلفات الزراعية في مصر تقدر بنحو ٣٤ مليون طن سنويا يستخدم ١٢ مليون طن تقريبا منها كعلف للحيوانات ونحو ٤ مليون طن كسماد عضوي أي أن الكمية الغير مستغلة تقدر بـ ١٨ مليون طن حيث يتم حرقها او القائها في الترع والمصارف غالبا مما يمثل تلوث للبيئة بالإضافة الى اهدار مواد عضويه يمكن اعادة تدويرها والاستفادة منها.

جدول (٤)

متوسط محتوى مياه الري من العناصر الثقيلة (جرام/لتر)

نوع المياه	٢٠١٠				٢٠١١				٢٠١٢				٢٠١٣			
	Zn	Mn	Cu	Cd	Zn	Mn	Cu	Cd	Zn	Mn	Cu	Cd	Zn	Mn	Cu	Cd
مياه ترع	٠.٢	٠.٦	٠.٤	٠.٢	٠.٢٤	٠.٦	٠.٨	٠.٢	٠.٢٦	٠.٩	٠.٥	٠.٤	٠.٤	٠.٦	٠.٦	٠.٧
مياه جوفية	٠.٧	٠.١	٠.٢	٠.٤	٠.٢	٠.٧	٠.٧	٠.٤	٠.٧	٠.١	٠.٢	٠.٤	٠.٧	٠.١	٠.٢	٠.٤
الحد المسموح به	٠.٥	٠.١	٠.٢	٠.٥	٠.٣	٠.٢	٠.٥	٠.٥	٠.٣	٠.١	٠.٢	٠.٥	٠.٣	٠.١	٠.٢	٠.٣

المصدر: نور الهدى هلال زيدان، التأثيرات المسرطنة لمياه الريالملوثة بالمبيدات الزراعية، المركز القومي للبحوث الزراعية، مجله أسيوط للدراسات البيئية، جامعة أسيوط، العدد الثامن والثلاثون، جمهوريه مصر العربية، ٢٠١٣، ص ٧٨.

يتضح من الجدول السابق أن العناصر الثقيلة قد تجاوزت الحد المسموح به في مياه النيل المستخدمة فيالري أما المياه الجوفية فقد تأثرت بدرجة أقل ومن الثابت علميا أن تلك العناصر من أسباب الإصابة بأمراض الكلى والكبد والاورام كما أنها أحد أسباب تلوث المنتجات الزراعية وعدم امكانيه تصديرها لعدم مطابقتها المواصفات العالمية.

جدول (٥)

العناصر التي تسبب تلوث للتربة الزراعية (ملجم / كيلو جرام من السماد)

العنصر	الأسمدة الفوسفاتية	الأسمدة النيتروجينية	الأسمدة العضوية	الأسمدة المصنعة من المخلفات
الزرنخ	١٢٠٠-٢	١٢٠-٢٠٣	٢٥-٣	٥٢-٢
النحاس	٣٠٠-١	٠	١٧٢-٢	٣٥٨-١٣
المنجنيز	٤٠-٢٠٠٠	٠	٦٩٦-٣٠	٠
الرصاص	٢٢٥-٧	٢٧-٢	٢٧-١٠١	٢٤٢-١٠٣

المصدر: النشرة الإرشادية للبيئة والتنمية، المركز القومي لبحوث المياه، وزارة الري والموارد المائية، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٤.

ويتضح من الجدول السابق أن المعدلات الواردة في الجدول السابق والتي تمثل عينات أخذت من أماكن متعددة من الأراضي الزراعية التي تروى بمياه النيل والتي تتعرض للأسمدة الواردة بالجدول تشير إلى تلوث التربة الزراعية نتيجة استخدام الأسمدة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق خلط مياه الصرف الصحي الزراعي بمياه الري وهو ما أدى إلى انتقال الملوثات الناتجة عن المبيدات الزراعية إلى المنتج الزراعي.

حيث أنه من الثابت علمياً أن تواجد تلك العناصر في التربة الزراعية ومياه الري يؤدي إلى انتقالها إلى المنتج الزراعي والذي يسبب بدوره الإصابة بالعديد من الأمراض مثل الفشل الكلوي والسرطان.

قام الباحث بعمل الدراسة الاستطلاعية على ثلاث شركات تعمل في مجال إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٦)

الشركات محل البحث

اسم الشركة	نوع النشاط	المنتج الرئيسي	الاماكن الرئيسية للنشاط	الموقف من التصدير
شركة امريكانا	إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية	١- الفراولة ٢- البطاطس	١- الصالحية الجديدة ٢- شرق العوينات	تصدر إلى بعض الدول العربية ودول أوروبا الشرقية

تصدرالى بعض الدول العربية وهناك بعض المشاكل في التصدير لأوروبا	١- الاسماعيلية ٢- النوبارية	١- الفول السودانى ٢- الموالح	انتاج وتسويق الحاصلات الزراعية	شركة ثمار
متوقف	١- الصالحية الجديدة ٢- الاسماعيلية	١- البطاطس ٢- الموالح	انتاج وتسويق الحاصلات الزراعية	شركة الصالحية الجديدة

المصدر: من اعداد الباحث فى ضوء البيانات الثانويه من الشركات محل الدراسه.

يتضح من الجدول السابق توقف نشاط التصدير بالنسبة للشركات الثلاثه لدول الاتحاد الأوروبى مع احتفاظ الشركتين الأولى والثانية ببعض أسواق دول شرق أوروبا والدول العربية حيث تم منع المنتجات الزراعية المصرية من دخول السوق الأوروبية منذ عام ٢٠٠٩ ما اضطر الشركات الى بيع جزء كبير من الانتاج فى السوق المحلى الأمر الذي تسبب فى خسائر مادية كبيرة.

فقد كانت الشركتين الثانية والثالثة من أكبر منتجي ومصدرى الموالح والتي كانت تنتج وتعبأ بمحطات الفرز والتعبئة بمدينة الاسماعيلية والصالحية الجديدة وفى عام ٢٠٠٩ تم ايقاف التعامل مع مصر نهائيا فى تصدير الموالح نتيجة رفض شحنة برتقال ملوثة بالمبيدات.

جدول (٧)

النفايات الصلبة والسائلة الناتجة عن العمليات الانتاجية

الموقف من تدوير النفايات	النفايات الصلبة والسائلة	اسم الشركة
لا تقوم بتدوير النفايات	يوجد	شركة امريكانا
لا تقوم بتدوير النفايات	يوجد	شركة ثمار
لا تقوم بتدوير النفايات	يوجد	شركة الصالحية الجديدة

المصدر: من اعداد الباحث فى ضوء البيانات الثانويه من الشركات محل الدراسه.

يتضح من الجدول السابق أنه ينتج عن العمليات الزراعيه مخلفات تتمثل فى المواد المستخدمة فى الصوب الزراعيه وخلفات صلبه وسائله اخرى يتم التخلص منها ولا يتم اعاده تدويرها مما يسبب تلوثا للبيئه المحيطة وعدم استفادة الشركة من تلك المخلفات والتي يمكن استغلالها واعاده تدويرها^(١).

حيث اشارت الاحصائيات أن المخلفات الزراعيه فى مصر تقدر بنحو ٣٤ مليون طن سنويا يستخدم ١٢ مليون طن تقريبا منها كعلف للحيوانات ونحو ٤ مليون طن كسماد عضوى أى أن الكمية الغير مستغله تقدر ب ١٨ مليون ن حيث يتم حرقها او القائها فى الترع والمصارف غالبا مما يمثل تلوث للبيئه بالاضافه الى اهدار مواد عضويه يمكن اعاده تدويرها والاستفادة منها.

جدول رقم (٨) كمية الانتاج للشركات محل الدراسة (بالطن)

شركة الصالحيه الجديدة		شركة ثمار		شركة امريكانا		بيان
الموايح	البطاطس	الموايح	فول السودانى	بطاطس	فراولة	
١٣٣٠٠	١٨٠٩٠	٧٠٠٠	١٢٩٠٧	٩٠٠٨	١٠٤٠٠	٢٠١١
١٢٨٠٠	١٨٧٥٠	٦٥٤٥	١١٨٦٠	٦١٨٠	١٠٧٤٠	٢٠١٢
١١٥٠٠	١٩٠٤٠	٥٤٩٠	١٣٧٠٠	٧٨٠٠	١١٠٠٠	٢٠١٣
سوق محلى	سوق محلى	تصدر	تصدر	سوق محلى	تصدر	الموقف من التصدير

المصدر: من اعداد الباحث فى ضوء البيانات الثانويه من الشركات محل الدراسة.

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق والخاصة بكمية الانتاج للشركات الثلاث ارتفاع معدلات الانتاج حيث اعطت المساحات الزراعيه متوسطات انتاجية عالية ولكن لم تستطع الشركات تصدير كل الانتاج الى الاسواق الاجنبية نتيجة عدم مطابقته للمواصفات العالمية مما اضطرها لبيع منتجاتها فى الاسواق المحلية بأسعار اقل بكثير من الاسعار التى تصدر بها الى الاسواق الاجنبية مما ادى الى خسائر مادية كبيرة.

٢- تحليل البيانات الأولية:

قام الباحث بإجراء الدراسة الأولية من خلال أسلوب المقابلة المتعمقة باستخدام قائمة استقصاء أولية تحتوي على إطار المقابلة وبها مجموعة من الأسئلة التي تركز على المشكلات أو المعوقات التي تعاني منها الشركات محل البحث وأثرها على انخفاض الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية.

وقد قام الباحث بإجراء هذه المقابلات على الشركات الثلاث موضوع البحث، حيث تم استيفاء الاستقصاء من خلال المقابلة الشخصية مع خمسة عشر مديراً من الإدارة العليا بالشركات محل البحث، وقد قام الباحث باستنتاج **الظواهر التالية**:-

- عدم وجود إدارة بيئية تقوم بدورها في مراقبة جودة العمليات المختلفة للإنتاج.
- هناك قصور في قياس ردود أفعال العملاء تجاه المنتجات المقدمة لهم.
- انخفاض مستوى الرقابة على زراعة الحاصلات الزراعية وطرق الري والسماذ المستخدم.
- تدني مستوى الأجور في هذا القطاع بشكل كبير مما يؤثر على مستوى أداء العاملين.
- انخفاض مستوى التعليم في هذا القطاع الأمر الذي يؤثر على إدراك العاملين للأساليب الحديثة في الزراعة ونظم الإنتاج المتطورة.
- المدخلات غير مطابقة للمواصفات الدولية فمياه الري ملوثة بالعناصر المسببة للأمراض المزمنة والتربة الزراعية ملوثة.
- أيضاً نتيجة تلوث مياه الري المستخدمة والتي أدت الى تغيير خواصها الفيزيائية والمبيدات المستخدمة غير المطابقة للمواصفات العالمية الأمر الذي أدى الى رفض المنتجات الزراعية في الأسواق الأجنبية.
- عدم القدرة على تسويق المنتجات خارجياً مما تسبب في خسائر مادية كبيرة بالإضافة إلى الاضرار الصحية التي تصيب المستهلك نتيجة تناول المنتجات الزراعية الغير مطابقة للمواصفات العالمية.

ثالثاً: مشكلة البحث

تبين من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث كذلك مقارنتها بمراجعة وتحليل الدراسات السابقة وجود قصور في نظم الإدارة البيئية المتبعة في الشركات محل البحث والذي أدى بدوره الى قصور في عمليات التسويق الخارجي والنتائج من انخفاض معدل إدراك للصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية. وبالتالي عدم تمكن الشركات محل الدراسة من بيع منتجاتها في الاسواق الاجنبية نتيجة عدم مطابقتها للاشتراطات البيئية اللازمة لدخول الاسواق الاجنبية وتتمثل

مشكلة انتاج وتسويق الحاصلات الزراعية في مدخلات العملية الانتاجية والمكونة من (مياه الري والتربة والمبيدات الزراعية).

ومما سبق من استعراض للدراسة الاستطلاعية من تحليل للبيانات الثانوية والمقابلات الشخصية وتحديد ظواهر المشكلة، يمكن صياغة مشكله البحث فيما يلي:

"تعاني الصادرات الزراعية المصرية من تراجعاً حاداً في السنوات الأخيرة بعد تطبيق المعايير البيئية كأحد شروط دخول المنتجات الزراعية للأسواق الأجنبية، مما يؤدي إلى انخفاض الصورة الذهنية لها لعدم اتباعها للأساليب البيئية السليمة في الإنتاج في جميع مراحلها".

رابعاً: أهداف البحث

١- إبراز أهمية تبني نظم إدارة الجودة البيئية كمدخل لتحسين الصورة الذهنية لتحقيق مستوى تنافسي محلي ودولي في مجال تنمية الصادرات الزراعية بالشركات محل البحث.

٢- معرفة مدى الاختلاف بين تطبيق المعايير البيئية وبين الواقع الفعلي للشركات موضوع البحث.

٣- دراسة أبعاد تحسين الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية المصرية من خلال تطبيق نظم الإدارة البيئية المستخدمة في الكثير من الدول المتقدمة.

٤- التوصل إلى محددات العمل الإدارية والتي تساعد على إنتاج منتجات نظيفة خالية من التلوث البيئي بالشركات محل الدراسة والتي تساعد في تحسين مركزها التنافسي بالأسواق الدولية.

٥- التوصل إلى مجموعة من التوصيات والتي تعمل من خلالها على تحسين الصورة الذهنية للمنتجات المصرية على المستوى الدولي.

خامساً: أهمية البحث

١- الأهمية العلمية:-

أ- هناك ندرة في البحوث العلمية فيما يتعلق بنظم الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية مما يجعل هذا البحث إضافة للملكية الفكرية والمعرفية في هذا الموضوع.

ب- إن الاهتمام بالبحوث في هذا المجال يؤثر تأثيراً مباشراً على حلقة الوصل بين النظرية والتطبيق.

٢- الأهمية العملية:-

أ- يساهم هذا البحث في تدعيم عملية التصدير والتي هي من دعائم البنيان الاقتصادي والاجتماعي والتي تساهم في التنمية الشاملة والنهوض بالمجتمع.
ب- تنمية صادرات قطاع الحاصلات الزراعية من أهم القطاعات في مصر، وذلك لمحاولة سد العجز في الميزان التجاري الكلي والزراعي، كذلك سد الفجوة الغذائية للسكان نتيجة لزيادة السكانية.

سادساً: الإطار النظري لمتغيرات البحث

١- مفهوم الادارة البيئية:

تعرف نظم الادارة البيئية على انها مجموعه الادوات الديناميكية الموجهة نحو العمل واتخاذ اجراءات للمساعدة في صياغة استراتيجيات لحماية البيئة وصيانتها ومن ثم تنفيذ الاستراتيجيات ومراقبتها.

وتعرفها لجنة 207tc المنبثقة عن منظمة المقاييس العالمية على انها ذلك الجزء من النظام الكلى للإدارة الذي يشمل الهيكل الوظيفي للمنظمة والتخطيط والمسئوليات والممارسات العملية والاجراءات والعمليات وتطوير وتنفيذ ومراجعته ومتابعه السياسات البيئية.

كما يعرفها اخر على انها هذا الجزء من الادارة الكلية للمنشأة والذي يشمل السياسة البنية التنظيمية والتخطيط والانشطة والمسئوليات والخبرات والاساليب والطرق وموارد التنمية والتنفيذ والانجاز والفحص وصياغة السياسة البيئية للمنظمة.

ويعرفها أحد المختصين على انها اجراءات ووسائل الرقابة سواء كانت محلية او اقليمية او عالمية والموضوعة من اجل حماية البيئة وهي تتضمن ايضا الاستخدام العقلاني للموارد الطبيعية المتاحة والاستفادة الدائمة من هذه الموارد.

وتعرف ايضا بأنها ادارة النشاطات والسياسات العامة ضمن المشاكل البيئية من اجل حماية الشئون العامة حيث يتفاعل الافراد والجماعات معا من اجل تحقيق مجموعه من القيم والاهداف التنظيمية المحددة.

يتضح للباحث مما سبق أن جميع التعاريف السابقة اتفقت مع بعضها البعض على ان نظم الادارة البيئية هي جزء من النظام الإداري للمنظمة ككل وهي تعمل في إطار مشترك مع باقي الوظائف داخل المنظمة لتقديم منتج صديق للبيئة وهناك بعض التعريفات ركزت على دور الادارة العليا في تبني التوجه البيئي للمنظمة الا انه بصفه عامة نجد ان الادارة البيئية تعتمد على اساليب الادارة التقليدية مثل التخطيط والتنفيذ من خلال آليات مختلفة لتحقيق اهداف محددة وقابلة للقياس ثم تقييم الاداء اثناء التنفيذ والذي غالباً ما يتبعه تصحيح المسار.

٢- أهمية نظام ادارة الجودة البيئية:

تتعامل المؤسسات في وقتنا الرهن مع ظروف بيئية تتسم بالديناميكية وسرعه التغيير وإيذاء هذه البيئة المتغيرة وجب على القائمين عليها تبني استراتيجيات تسمح لها بمواجهه التهديدات البيئية والمحافظة على موقعها التنافسي وتطويره، وهناك خمسة اسباب برزت بموجبها الحاجة الى ادارة بيئية على نحو أكثر ملائمة ويمكن حصرها في الآتي:

- أ- التحقق بأن الفرص المتاحة من قبل البيئية والتي تساعد على تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لم تستغل بالكامل.
- ب- تنامي الوعي بأن الكوارث البيئية الحديثة هي من نتائج النشاط البشري.
- ج- تزايد درجة عدم التيقن حول الارتباطات بين الاثار ومسبباتها المحتملة.
- د- تراكم الدلائل على انتقال المشاكل البيئية مما يشير الى ان التدهور البيئي لا يلتزم بالحدود السياسية وان الحاجة لحل هذه المشاكل يتطلب حلولا و جهودا عالمية المنظمة.
- هـ- المساهمة في الحفاظ على استخدام المواد الاولية و انتاج وتصريف ومعالجة الفضلات الخطرة.

٣- خصائص نظام ادارة الجودة البيئية:

منظومة الادارة البيئية هي جزء لا يتجزأ من منظومة الادارة الكلية للمنظمة وتصميم الادارة البيئية لا بد ان يكون عملية مستمرة وتفاعلية ويمكن الربط بين البنية الهيكلية والمسئوليات والخبرات والعمليات والأهداف المتعلقة بالسياسة البيئية وبين

الجهود الجارية في مجالات اخرى للمنظومة الادارية مثل التمويل والجودة والسلامة والصحة المهنية.

وتتميز الادارة البيئية بعدة خصائص يمكنها من القيام بوظائفها بشكل متكامل مثل:

- أ- قبول التعامل مع المتغيرات بصفتها جزء لا يتجزأ من نشاط المنظمة.
- ب- القدرة على فهم وتحليل واستيعاب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ج- تنمية روح بناء فريق العمل لضمان مشاركة جميع العاملين.
- د- القدرة على استثمار رأس المال البشري في الإبداع والابتكار.
- هـ- العمل على انجاز الاعمال من منظور إدارة الجودة الشاملة.
- و- القدرة على التفاعل مع موارد المنظمة المادية والبشرية والاتجاه بها الى التكامل وصولاً الى تحقيق قدرات تنافسية.

٤- معوقات تطبيق نظم الادارة البيئية:

- أ- وجود قصور في قيادات العمل البيئي في الوطن العربي بصفة عامة.
- ب- عدم اكتمال الجهاز الإداري والتنظيمي للكثير من الشركات وقلة خبرتها في مجال العمل البيئي.
- ج- قلة تجربة ومساهمة المجتمع المدني المعني بالشؤون البيئية في البلدان العربية.
- د- ضعف الامكانيات اللازمة لإدخال تكنولوجيا الانتاج الانظف.
- هـ- الاستثمارات الخاصة بالبيئة غالباً ما تكون صغيرة بحيث لا تثير اهتمام البنوك.
- و- ضعف استراتيجيات وسياسيات الشركات والمؤسسات في التركيز على الانتاج الانظف.
- ز- قصور أو غياب اليات التمويل الخاص بالمشاريع البيئية.

ولقد تعددت نظم الادارة البيئية على المستوى العالمي وكان اول ظهور لمواصفة دولية لنظم الادارة البيئية عام ١٩٩٢ عندما صدرت المواصفة الدولية B7750 وتلي ذلك ظهور العديد من المواصفات الخاصة بالبيئة لكن كانت في العموم تخص اقليم معين او منطقة معينة إلا أن صدرت المواصفة الدولية ايزو ١٤٠٠٠ والتي تعد أكثر المواصفات البيئية انتشاراً وقبولاً في جميع دل العالم.

حيث تعرض المواصفة الدولية ايزو 14001 المتطلبات الرئيسية الواجب تنفيذها للمنظمات الراغبة في الحصول على شهادة المطابقة مع هذه المواصفة حيث تثير الفقرة ضمن متطلبات عامة الى وجوب إنشاء وصيانة نظام للإدارة البيئية يتم تحديثه والمحافظة عليه بصورة دائمة تحقيقا للتحسين المستمر المطلوب للنظام وتستعرض المواصفة المتطلبات الرئيسية لنظام الادارة البيئية، يعرض الجدول التالي متطلبات الحصول على شهادة المواصفات البيئية وملخصات كل مطلب:

جدول رقم (٩) متطلبات مواصفات شهادة الجودة البيئية (ISO 14000)

المتطلبات	وصف ملخص
السياسة البيئية	بيان يعد من قبل الادارة العليا يعلن التزام المنظمة تجاه البيئة يستخدم كإطار للتخطيط والتنفيذ.
الجوانب البيئية	تحديد العناصر البيئية للأنشطة والمنتجات والخدمات وتحديد تلك التي لها تأثير مهم على البيئة.
الجوانب القانونية	تحديد وضمان الوصول للقوانين والتعليمات الأخرى.
الغايات والاهداف	وضع أهداف بيئية للمنظمة تتوافق مع سياستها وجوانبها البيئية ووجها تنظر أصحاب المصالح.
برنامج الادارة البيئية	التخطيط للأفعال بغية تحقيق الغايات والاهداف.
الهيكل والمسئولية	تحديد الأدوار والمسؤوليات وتوفير الموارد.
التدريب والتوعية والقدرة	ضمان ان العاملين يتدربون وقادرين على تحمل المسؤولية البيئية.
الاتصال	وضع اسس للاتصال الداخلي والخارجي حول القضايا البيئية.
توثيق نظام الادارة البيئية	حفظ وإدامة المعلومات المتعلقة بنظام الادارة البيئية والوثائق المرتبطة به.
ضبط الوثائق	ضمان الادارة الفاعلة للأنظمة واجراءات السيطرة على الوثائق.
ضبط العمليات	تحديد وتخطيط وادارة العمليات والأنشطة بما يتوافق والسياسة والغايات والاهداف البيئية.
الاستعداد والاستجابة	تحديد الطوارئ المحتملة وتطوير اجراءات وقائية.

للطوارئ	
الرصد والقياس	رصد الأنشطة الرئيسية وتتبع الاداء.
عدم المطابقة والاجراءات التصحيحية والوقائية	تحديد المشاكل وتصحيحها وضمان عدم تكرارها.
السجلات	حفظ سجلات مناسبة لأداء نظام الادارة البيئية.
تدقيق نظام الادارة البيئية	تدقيق دوري للتأكد من اشتغال النظام كما مخطط له.
مراجعته الإدارة	مراجعته دورية للنظام مع التركيز على التحسين المستمر

المصدر: يوسف حجيم الطائي، نظم ادارة الجودة في المنظمات الانتاجية والخدمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١، ص ٤٠٦.

ومما سبق نجد ان نظام الادارة البيئية والذي هو جزء من المواصفة الدولية ايزو ١٤٠٠٠ لا يؤدي فقط الى تحسين الاداء البيئي لتلك المنظمات ولن يؤدي الى تحقيق مكاسب اقتصادية، فقد اثبتت الدراسات ان تطبيق نظام الادارة البيئية وفقا للمواصفة الدولية ايزو ١٤٠٠١ يزيد من تنافسية المنظمة على المستويين المحلي والدولي كما ان تطبيق هذا النظام يؤدي الى تحقيق وفورات في الطاقة والموارد الأولية ويكفل التخلص من النفايات والمخلفات.

٥- تعريف الصورة الذهنية:

في اللغة العربية يعرف المعجم الوسيط الصورة بأنها الشكل والتمثال المجسم، والصورة بمثابة خياله في الذهن والعقل، ويقصد بالصورة في المعجم العربي الأساسي كل ما يصور مثل الشكل او التمثال المجسم والنوع والصفة، ويعرفها معجم لاروس بأنها الشكل او التمثال المجسم ويعرف قاموس ويسترن الصورة الذهنية بأنها التقدم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، ويمكن عرض مفاهيم الصورة الذهنية لدى بعض الباحثين فيما يلي:-

جدول رقم (١٠) تعريف الصورة الذهنية

السنة	المصدر	تعريف الصورة الذهنية
2005	سليمان صالح	ان الصورة الذهنية تعرف بأنها مجموعه من السمات والملاح التي يدركها الجمهور، ويبنى على اساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة او الشركة او الدولة او الجماعات وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية

للجمهور القائمة على الاتصال المباشر او عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتشكل سمات وملامح الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصيه المنظمة ووظائفها واهدافها وشرعيه وجودها واعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها.		
الى الصورة الذهنية على انها واحدة من الاصول الاستراتيجية التي تقود الى ايجاد ميزه تنافسيه وظروف مشجعه للبقاء والتطور للمنظمة.	Smaizien and Orzekauskas	2006
بانها العديد من التجارب الحسية، التي تترسب في وجدان الجماهير تجاه أي كيان له اتصال بهذه الجماهير، سواء كان فردا او منظمه خلال فترة طويله من الزمن، وهي تعبر عن الواقع سواء كان صحيحا او غير ذلك.	احمد الدسوقي	2007
بأنها مجموعه المعارف والتجارب والخبرات المتركمة التي تشكل في ذهن الجمهور وترسم انطبعا معينا من خلال عدة وسائل اتصاليه تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الافراد المجهول تجاه مجتمع او شركة او مؤسسه ما وترتبط هذه المعارف المتركمة بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية.	صالح الشيخ	2009
الصورة الذهنية: وهي المعاني والاتجاهات والمعرفة والآراء المشتركة بين الجمهور عن المنظمة او الشركة التي نتجت عن العمليات والاستراتيجيات الاتصالية التي قامت بها المنظمة، ويقوم على ان المنظمة نفسها هيالتي تقوم بتصنيع صورتها من خلال العمليات الاتصالية التي تقوم بها، والرسائل التي تقدمها للجمهور ولكن يتم إدراك وتفسير الصورة بواسطة الاخرين .	عدنان متروك الشديفات	2013
الى ان الصورة الذهنية للمنظمة على أنها مجموع اعتقادات ومواقف وانطباعات الافراد تجاه المنظمة.	Hung-Che We	2014

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء المراجع المعروضة في الجدول.

٦- مزايا تكوين صورة ذهنية جيدة للمنظمات:

يشير (Pierrepomaret, 2008) ^{١٤} إلى أن صورة الشركة يمكن أن تؤدي إلى ميزة تنافسيه، في الغالب عندما لا يكون هناك اختلافات كبيرة بين المتنافسين خاصه التي يمكن ان تساعد على:

- أ- تحسين المبيعات: سيحصل العملاء يفضلون شركة معروفة جيدا، مع سمعه جيدة، بدلا من واحدة أن ليس لديهم أي معلومات أو لديهم سمعه سيئة.
- ب- دعم تطوير منتجات جديدة: وستتولى شركة معروفة لديهم مشاكل أقل لإطلاق وتقديم منتج جديد من البداية، سيحصل العلماء على الثقة مع منتجات جديدة.

- ج- تعزيز العلاقات المالية: سوف الايجابية الهوية المؤسسية ابلاغ تساعد على جعل وجود التنظيم المعروف لاعيين مؤثرين، قد زيارة الوعي والفهم والدعم.
- د- تنسيق علاقات الموظفين: على نحو فعال تمكنت الهوية المؤسسية سيخلق شعورا بالهدف المشترك داخل المنظماتالجمهور أهم والاتصالات والموظفين"الموظفين هم الذين هم على اتصال مع الجماهير الاخرى، كلما تحسن تصور صورة ايجابيه والنظرة الى الشركة، وسوف يتم ارسال تواصل أفضل للشركة الى بقية الجماهير.
- هـ- تعيين دفعه: صورة ايجابية تساعد الشركة على جذب والمحافظة على الموظفين المهرة.
- و- ادارة الازمات: في أوقات الازمات، وهي شركة مع صورة جيدة تتمتع افتراض البراءة.
- ٧- أبعاد الصورة الذهنية:

- يوجد شبة اجماع بين معظم الباحثين (الكحكي، ٢٠٠٢) (عجوة، ٢٠٠٥) (الشلقاني، ٢٠٠٠) على ان الصورة الذهنية تشمل ثلاث ابعاد تتمثل فيما يلي:
- **البعد المعرفي: Cognitive Component** يقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا او قضية او شخصا ما وتعتبر هذه المعلومات هي الاساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية والتي يكونها الفرد عن الاخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الاخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم وفقا للبعد المعرفي فان الأخطاء في الصورة الذهنية لدى الافراد هيأخطاء ناتجة اساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الافراد.
- **البعد الوجداني Affective Component**: يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب او السلب تجاه موضوع او قضية او شخص او شعب او دولة ما في إطار الصور الذهنية التي يكونها الافراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الافراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الافراد نحو الاشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة ويتدرج البعد الوجداني بين الايجابية والسلبية، ويؤثر

على ذلك مجموعه من العوامل اهمها حدود توافر مصادر المعرفة، كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، فاختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء اتجاهات السلبية، والتجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الايجابية.

- **البعد السلوكي: Behavioral Component** يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لدية في مختلف شؤن الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها الى انها تمكن من التنبؤ بسلوك الافراد، فسلوكيات الافراد يفترض منطقياً انها تعكس اتجاهاتهم بالحياة.

٨- استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية:

- يقسم (هشام كيلاني، 2009) استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية لمنظمات:
- استراتيجية الصورة الداخلية: من خلال تأسيس برنامج الاتصال مع الموظفين والمحافظة عليه، وتشجيع الحوار وجها لوجه مع القوى العاملة.
 - استراتيجية الصورة الخارجية: من خلال تطوير العلاقات مع الحكومة والقطاع الخاص والمنظمات المماثلة.
 - استراتيجية الصورة لدى الداعمين والمتبرعين: من خلال التدفق المستمر للمعلومات والتواصل المباشر عبر الزيارات الشخصية والدعوات واللقاءات.
 - استراتيجية الصورة لدى المستفيدين من خدمات المنظمات: من خلال تطوير الاداء وتحسين الخدمة وسد الحاجة.
 - استراتيجية ادارة القضايا: من خلال بحث القضايا والازمات وتحديدها، وادارتها وتقويمها لتقليل التأثيرات السلبية، ولزيادة الفرص الايجابية للمؤسسات، تطوير تنفيذ برنامج الاتصال الإعلامي.
 - استراتيجية العلاقات الاجتماعية: لتطوير الاتصال الفعال وبرنامج التعليم التي تبني قاعدة التأييد مع عامة افراد المجتمع.
 - استراتيجية العلاقات الإعلامية: من خلال ايجاد قنوات اتصال دائمة وقوية مع وسائل الاعلام.
 - استراتيجية التطور المهني: من خلال متابعه فرص التطوير المهنية وتوفير مهارات الاتصال والنصح للمنظمة.

- استراتيجيات استخدام المنظمات للأنترنت: تنميه العلاقات مع الاعضاء ودمج جميع للمنظمة من خلال الرسائل الإلكترونية التي يرسلها إليهم موقع المنظمة، التفاعل مع المؤيدين وليس الاكتفاء فقط بأرسال الرسائل الإلكترونية لهم، التواصل معهم باستخدام مجموعه مختلفة ومتنوعة من طرق الاتصال، التقييم والتحسين المستمر لمستوى اداء الموقع.
- استراتيجية الولاء: من خلال محاولة تكوين علاقات طويلة الاجل مع ذوي الولاء الكبير ومحاولة معرفة اسباب قلة ولاء ذوي الولاء المنخفض وعلاجها.
- استراتيجية تحديد الظروف الحالية للطلاب على خدمات المنظمة بناء على التقييم.

٩- كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور:

- وتتشكل الصورة الذهنية للمنظمة في أذهان جمهورها الداخلي أو الخارجي من عوامل تؤثر داخليا وخارجيا في المنظمة فالعوامل الداخليه تشمل الرؤيه، ثقافه المنظمه، السياسات الرسميه للمنظمه، هذه الثلاثه عوامل تؤثر في الصورة الذهنيه التي يحملها الموظفون العاملون (الجمهور الداخلي) في المنظمه، والموظفون بدورهم يعكسون هذه الصورة الى الجمهور الخارجي، أما العوامل التي تساعد على تكوين الصورة الذهنيه عند الجمهور الخارجي فهي (أبومدين، ٢٠١١):-
- التواصل التسويقي وعرض الخدمات التي تمارسها المنظمه.
 - الدعايه والتواصل الشفهي.
 - المعرفه السابقه بالمنظمه.
 - الدعم من الجهات الرسميه وشبه الرسميه.
 - الصورة العامه عن المنظمات العامله.

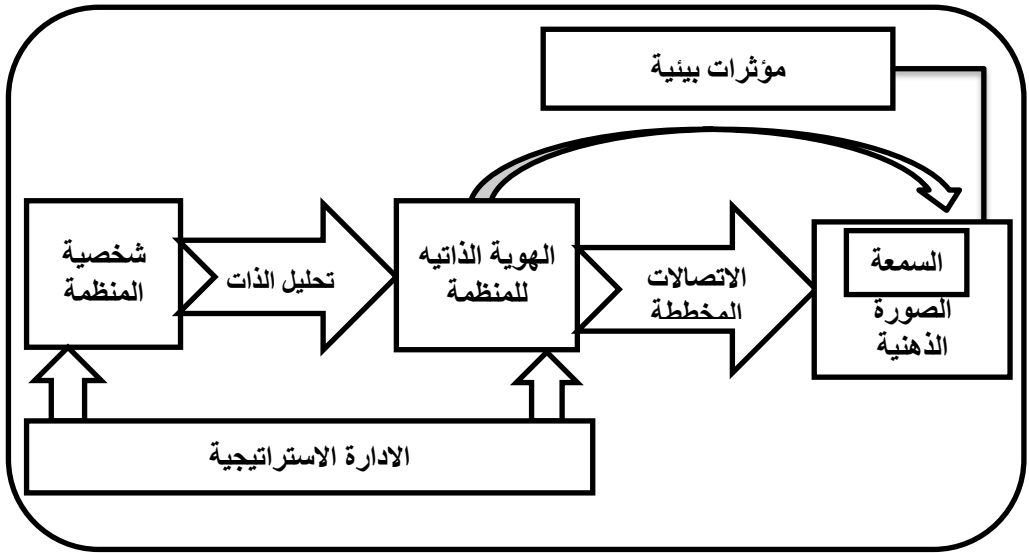
١٠- إدارة الصورة الذهنية للمنظمات:

أصبح ما يعرف بعملية ادارة الصورة الذهنية للمنظمات عنصر اساسى من عناصر الادارة الاستراتيجيه للمنظمات من خلال العمل على وضع وتنفيذ الاستراتيجيه الاداريه فى أى منظمة والتي تستهدف بناء أو تعديل أو المحافظه على الصورة الذهنيه الايجابيه للمنظمة لدى جماهيرها، ومن جانب اخر تساهم فى تطوير

استراتيجيات ادارة المنظمة للتغلب على اى تأثيرات سلبية على صورة المنظمة إذا ماتعرضت المنظمة لازمة ما (كامل، ٢٠١٤).

ويشير المخطط الموضح فى الشكل رقم (٤) الى وجود علاقة وثيقة بين الادارة الاستراتيجية الناجحة، وبين ادارة الصورة الذهنية، واهمية المؤثرات البيئية الخارجية التى تؤثر بشكل مباشر على تكوين الصورة الذهنية للمنظمة مع التأكيد على امكانية احداث تنمية للمنظمة، وتطوير ادائها بالاستفادة من نتائج بحوث الصورة الذهنية على النحو الموضح.

شكل رقم (٤) المؤثرات البيئية الخارجية على تكوين الصورة الذهنية



مما سبق يتضح للباحث أن الصورة الذهنية للمنظمة شىء يجب حمايته وصيانتته، بأعتبار أن صورة المنظمة أصل من الاصول غير الملموسه للمنظمات، وهى على جانب كبير من الاهميه وتتطلب ادارة الصورة الذهنية للمنظمة العمل فى عدة ابعاد على مستويات متعددة، وتستخدم المنظمة وسائل متعددة فى رسم او احلال او تأكيد الصورة الذهنية لها ويتطلب ذلك مايلى:

- التحديد الدقيق لاهداف الجهة التي تريد رسم صورة لها لدى الجمهور.
- التحديد الدقيق للجماهير المستهدفه سواء كانت قطاعات هذه الجماهير موجودة حالياً أو فى المستقبل.
- وضع خطة شاملة تكون اطارا مرجعيا يوضح الوظائف المولكة الى افراد المنظمة لرسم الصورة الذهنية.
- ضرورة التناغم بين الاهداف العامة ووسائل الاتصال للمساهمة فى رسم الصورة الذهنية، ووضع إطار هذه الصورة الذهنية.
- استخدام وسائل اتصال متعددة ومناسبة مع الجمهور، والتأكيد على استخدام الاتصال المباشر.

سابعاً: منهجية البحث

تتناول منهجية البحث تفصيلاً للأسس المنهجية التي استنتجها الباحث في إعداد الدراسة، ويشمل ذلك فروض البحث، تحديد نوع ومصادر البيانات، تحديد مجتمع وعينة البحث، أسلوب جمع البيانات، جمع البيانات ومعدل الاستجابة، مراجعة وترميز البيانات وأساليب التحليل الإحصائي للبيانات.

١- فروض البحث:

يقوم هذا البحث على أربعة فروض رئيسية تم تحديدها في ضوء مشكلة البحث وأهدافه، إضافة إلى ما توصلت إليه مراجعة الباحث للدراسات السابقة، وكل من أدبيات الإدارة البيئية والصورة الذهنية، وكذلك الدراسة الاستطلاعية التي أجرها الباحث من خلال المقابلات الشخصية مع عدد من المسؤولين بالشركات العاملة بقطاع الانتاج للحاصلات الزراعية، وقد تمت صياغة فروض البحث على النحو التالي:

يقوم البحث على اختبار صحة الفروض التالية:

الفرض الأول: لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين تطبيق نظام الإدارة البيئية وتحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية بالشركات موضوع البحث.

الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين اجابات المستقصى منهم (العاملين) فيما يتعلق بتطبيق نظام الإدارة البيئية وتحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية بالشركات موضوع البحث.

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين اجابات المستقصى منهم (العملاء) فيما يتعلق بتطبيق نظام الإدارة البيئية وتحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية بالشركات موضوع البحث.

الفرض الرئيسي الرابع: لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين العاملين و عملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية "

٢- تحديد نوع ومصادر البيانات:

في ضوء ما سبق يمكن تحديد البيانات التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف البحث كما يلي:

أ- البيانات الثانوية:

تطلب هذا البحث البيانات الثانوية التالية:

- عدد الشركات العاملة في ج.م.ع.
- عدد أعضاء الإدارة العليا والإدارة الوسطى.
- عدد العاملين في هذه الشركات والأجور التي يحصلون عليها.
- رأس المال المستثمر في هذه الشركات.
- حجم الصادرات الخاصة بهذه الشركات.
- حجم الأصول (الأموال المستثمرة).

ب-البيانات الأولية:

لتحقيق أهداف البحث قام الباحث بالتعرف على آراء واتجاهات العاملين والعملاء للشركات محل البحث فيما يتعلق بالأنشطة الفرعية لنظام الإدارة البيئية التي يتم تطبيقها، كذلك الأساليب والنظم المتبعة لتحسين الصورة الذهنية، وللحصول على هذه البيانات تم الاعتماد على الأساليب التالية:-

- **الاستقصاء:** باستخدام المقابلة الشخصية، والبريد الإلكتروني.
- **الملاحظة:** من خلال ملاحظة الباحث للعاملين والمتعاملين في الشركات محل البحث.

٣- تحديد مجتمع وعينة البحث:

أ- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في المسؤولين والعاملين بالشركات العاملة في الحاصلات الزراعية، كذلك العملاء للمنتجات الزراعية للشركات موضوع البحث.

جدول رقم (١١) مجتمع البحث

اسم الشركة	المسؤولين والعاملين	العملاء
١- شركة امريكانا	٨٨٧٣	٨٧٥٧٦٤٣
٢- شركة ثمار	٤٦٥٤	٥٤٣٦٧٨٠
٣- شركة الصالحية الجديدة	٣٥٣٢	٣٠٩١٧٦٨

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بسجلات الشركات محل البحث.

ب- عينة البحث:

اعتمد الباحث على أسلوب العينة العشوائية الطبقية في كلا من فئتي العاملين وعملاء منظمات الأعمال المنتجة للحاصلات الزراعية وذلك باستخدام التوزيع النسبي.

جدول رقم (١٢) توزيع العينة لفئة العاملين

اسم الشركة	حجم المجتمع	حجم العينة	الاستجابات الصحيحة	نسبة الاستجابة %
١- امريكانا	٨٨٧٣	١٩٦	١٥٤	٧٨.٦٠%
٢- شركة ثمار	٤٦٥٤	١٠٢	٨١	٧٩.٤٠%
٣- شركة الصالحية الجديدة	٣٥٣٢	٧٨	٦٥	٨٣.٣٠%
إجمالي	١٧٠٥٩	٣٧٦	٣٠٠	٧٩.٨٠%

حيث اعتمد الباحث على معامل ثقة ٩٥% وخطأ مسموح به في التقدير $\pm 5\%$ وبالاعتماد على جداول العينات الإحصائية.

جدول رقم (١٣) توزيع العينة لفئة العملاء

اسم الشركة	حجم المجتمع	حجم العينة	الاستجابات الصحيحة	نسبة الاستجابة %
١- شركة امريكانا	٨٧٥٧٦٤	١٣٦	١١٣	٨٣.٠٨%
٢- شركة ثمار	٥٤٣٦٧٨٠	١٢٣	٩٢	٧٤.٧٩%
٣- شركة الصالحية الجديدة	٣٠٩١٧٦٨	١٢٦	٩٦	٧٦.١٩%
إجمالي	٩٤٠٤١٩١	٣٨٥	٣٠١	٧٨.١٨%

معادلة حساب حجم العينة:

$$n = \frac{q(1-q)}{\frac{r^2}{2} + \frac{q(1-q)}{1n}}$$

حيث أن:

ن: حجم العينة.

ق: نسبة تتراوح بين الصفر والواحد ونفترضها (٠.٥).

ن ١: عدد أفراد المجتمع الكلي.

د: نسبة الخطأ المسموح به ونفترض أنها (٠.٠٥).

د.م: الدرجة المعيارية وهي تساوي ١.٩٦ عند معامل ثقة ٩٥%.

٤- أساليب جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استقصاء والتي تضمنت مجموعة من العبارات لقياس اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه متغيرات الدراسة المختلفة، ولتصميم هذه الاستمارة قام الباحث بالإطلاع على عديد من الدراسات السابقة لمتغيرات البحث في مجال موضوع البحث. بعد الانتهاء من جمع البيانات تم الاستعانة بالحاسب الآلي بالاعتماد على برنامج SPSS 22 Statistical package for social science لتفريغ البيانات وجدولتها وإجراء التحليل الإحصائي المناسب لتحليل البيانات ولإختبار صحة فروض الدراسة، وتطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي كالآتي:

أ- الإحصاء الوصفي:

تم الاعتماد على الإحصاء الوصفي وكل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها وكذلك تم الاعتماد على معامل الفا كرو نباخ (Cron Bach's Alpha) والذي يستخدم لقياس مدى الصدق والثبات للأسئلة الموجودة في الاستقصاء وكذلك التأكد من مدى أهمية هذه الأسئلة بالإضافة الى استخدام معامل ارتباط بيرسون وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة.

ب- الإحصاء الاستدلالي (الاستنتاجي):

حيث اعتمد الباحث في تحليل بيانات الدراسة على أساليب الإحصاء التحليلي للتعرف على إثبات صحة الفروض:

ثامناً: التحليل الاحصائي لنتائج الدراسة الميدانية:

١ - معامل الصدق والثبات (ألفا كرونباخ):

تم حساب معاملي الصدق والثبات (Cronbach Alpha) لأسئلة الاستقصاء في عينة البحث، وذلك لبحث مدى ثبات اسئلة الاستبيان ولبحث مدى امكانية الاعتماد على هذه الاسئلة في التحليل حيث تم استخدام معامل الثبات بطريق الجذر التربيعي وكانت قيم معاملي الصدق والثبات لكل فئة من فئات الدراسة في الجداول التالية:

جدول (١٤) معاملات الصدق والثبات لفئة العاملين

عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق "ألفا كرونباخ"	اسم المحور
١٢	٠.٩٠٩	٠.٨٢٦	أبعاد تحسين الصورة الذهنية
٧	٠.٩٣١	٠.٨٦٨	أبعاد نظم الإدارة البيئية

المصدر: التحليل الاحصائي لقائمة الاستقصاء.

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الصدق والثبات مقبولة لأسئلة الاستبيان ككل في فئة العاملين بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية، لان جميع قيمة معاملي الصدق والثبات تجاوزت (٠.٥) في عينة الدراسة وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث، و بالتالي يمكن الاعتماد عليها في التحليل مع عدم استبعاد اي عنصر من عناصر المتغيرات محل البحث.

جدول رقم (١٥) معاملات الصدق والثبات لفئة العملاء

عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق "ألفا كرونباخ"	اسم المحور
١٢	٠.٨٦٧	٠.٧٥٣	أبعاد تحسين الصورة الذهنية
٧	٠.٩٠١	٠.٨١٢	أبعاد نظم الإدارة البيئية

المصدر: التحليل الاحصائي لقائمة الاستقصاء.

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الصدق والثبات مقبولة لأسئلة الاستبيان ككل في فئة عملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية، لان جميع قيمة معاملي الصدق والثبات تجاوزت (٠.٥) في عينة البحث وبالتالي يمكن القول إنها معاملات

ذات دلالة جيدة لأغراض البحث، وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في التحليل مع عدم استبعاد اي عنصر من عناصر المتغيرات محل الدراسة.

٢- الإحصاء الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:

فيما يلي عرض لنتائج الإحصاء الوصفي في فئات البحث حيث تم الاعتماد على الوسط الحسابي المرجح، الانحراف المعياري وكذلك الأهمية النسبية والتي تعد انعكاساً لقيمة المتوسط المرجح في صورة نسبة مئوية.

أولاً: تحليل إجابات فئة المسنولين والعاملين:

جدول (١٦)

تحليل لإجابات المسنولين والعاملين فيما يتعلق بأبعاد تحسين الصورة الذهنية بالشركات محل البحث

الترتيب الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
الخامس	٨٠.٧٠%	٢.٤٨%	٠.١	٤.٠٣	١- هناك صدق وأمانة في نقل أخبار الشركة لكافة العملاء.
السادس	٧٥.٠٠%	٤.١٦%	٠.١٦	٣.٧٥	٢- هناك اهتمام بالعلاقات الجيدة والممتدة مع العملاء.
الحادي عشر	٧٢.١٣%	٣.٢٤%	٠.١٢	٣.٦١	٣- تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العاملين وزيادة ارتباطهم بالشركة.
الثالث	٨١.٨١%	٣.٠٤%	٠.١٢	٤.٠٩	٤- تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار.
الأول	٨٣.٩٦%	٢.٩٣%	٠.١٢	٤.٢	٥- هناك خطط وقائية لتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق.
الثاني عشر	٧٠.٢٨%	٣.٥٦%	٠.١٣	٣.٥١	٦- تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة.
الثامن	٧٣.٤٨%	٢.٩١%	٠.١١	٣.٦٧	٧- تقوم المنظمة بإجراء بحوث واستطلاعات رأي عن الشركات المنافسة.

٨-	تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء.	٤.١١	٠.٠٩	٢.١٩%	٨٢.١٢%	الثاني
٩-	تستخدم المنظمة الوسائل والأساليب الحديثة في الاتصال بالعملاء.	٣.٧٤	٠.١٧	٤.٦٥%	٧٤.٧٩%	السابع
١٠-	تهتم المنظمة بالشكاوى والمقترحات للعملاء بعد عملية البيع.	٤.٠٩	٠.١	٢.٥٢%	٨١.٧٠%	الرابع
١١-	هناك وضوح للرؤية الاستراتيجية للمنظمة.	٣.٦٧	٠.٢٣	٦.٣١%	٧٣.٤٧%	التاسع
١٢-	هناك محافظة على القيم الخاصة بالمنظمة من قبل العاملين وارتباطهم بها.	٣.٦٣	٠.٢٤	٦.٥٢%	٧٢.٥٢%	العاشر

المصدر: من اعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الاحصائي.

يتضح من الجدول السابق جاء في ترتيب الأهمية النسبية في الترتيب الأول العنصر هناك خطط وقائية لمتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق بأهمية نسبية بلغت ٨٣.٩٦% وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في الترتيب الثاني العنصر تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء بأهمية نسبية بلغت ٨٢.١٢% وانحراف معياري ٠.٠٩، وجاء في الترتيب الثالث العنصر تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار بأهمية نسبية بلغت ٨١.٨١% وانحراف معياري ٠.١٢، بينما جاء في الترتيب الحادي عشر العنصر تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العاملين وزيادة ارتباطهم بالشركة بأهمية نسبية بلغت ٧٢.١٣% وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في

الترتيب الثاني عشر العنصر تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة بأهمية نسبية بلغت ٧٠.٢٨% وانحراف معياري ٣.٥١.

جدول رقم (١٧) تحليل اجابات المسؤولين والعاملين فيما يتعلق بأبعاد نظم الإدارة البيئية مما يؤثر على الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية

الترتيب الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة
الثالث	٧٤.١٢%	٤.٨١%	٠.١٨	٣.٧١	١- تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية.
السادس	٦٩.٠٠%	٣.٤٢%	٠.١٢	٣.٤٥	٢- يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية.
الثاني	٧٦.٣٧%	٣.٣٤%	٠.١٣	٣.٨٢	٣- تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية في المجال البيئي للعاملين.
السابع	٦٧.٦٠%	٤.٥٥%	٠.١٥	٣.٣٨	٤- تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية.
الأول	٨٢.٨٤%	١.٩٩%	٠.٠٨	٤.١٤	٥- تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب.
الخامس	٦٩.٨٢%	٦.١٤%	٠.٢١	٣.٤٩	٦- يوجد بالمنظمة نظام لإعادة تدوير مخلفات العمليات الإنتاجية.
الرابع	٧٢.١٢%	٣.٢٦%	٠.١٢	٣.٦١	٧- تهتم المنظمة بنظم التعبئة والتغليف للمنتجات.

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الاحصائي.

يتضح من الجدول السابق جاء في ترتيب الأهمية النسبية في الترتيب الأول العنصر تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب بأهمية نسبية بلغت ٨٢.٨٤% وانحراف معياري ٠.٠٨، وجاء في الترتيب الثاني العنصر تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية في المجال البيئي للعاملين بأهمية نسبية بلغت ٧٦.٣٧% وانحراف معياري ٠.١٣، وجاء في الترتيب الثالث العنصر تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية بأهمية نسبية بلغت ٧٤.١٢% وانحراف معياري ٠.١٨، بينما جاء في الترتيب السادس العنصر يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية بأهمية نسبية بلغت ٦٩% وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في الترتيب السابع العنصر

تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية بأهمية نسبية بلغت ٦٧.٦٠% وانحراف معياري ٠.١٥.

جدول رقم (١٨) تحليل اجابات المسؤولين والعاملين فيما يتعلق بتأثير متغيرات الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية بالشركات محل البحث

الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
٨٤.٢٢%	٥.٠٢%	٠.٢١	٤.٢١	تساهم جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الاحصائي.

من الملاحظ في الجدول السابق موافقة عينة الدراسة على مساهمة جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية بنسبة ٨٤.٢٢% وهي نسبة مرتفعة وهذا يتم اختباره في الفروض الاحصائية للتأكد من ذلك.

ثانياً: تحليل إجابات فئة العملاء:

جدول رقم (١٩) تحليل لاجابات العملاء فيما يتعلق بأبعاد تحسين الصورة الذهنية

ترتيب الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
الخامس	٨٠.٧١%	٢.٥١%	٠.١	٤.٠٤	١- هناك صدق وأمانة في نقل أخبار الشركة لكافة العملاء.
السادس	٧٤.٨٦%	٤.١٦%	٠.١٦	٣.٧٤	٢- هناك اهتمام بالعلاقات الجيدة والممتدة مع العملاء.
الحادي عشر	٧٢.١١%	٣.٢٩%	٠.١٢	٣.٦١	٣- تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العملاء وزيادة ارتباطهم بالشركة.
الثالث	٨٢.٠٠%	٣.٠٥%	٠.١٢	٤.١	٤- تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار.
الأول	٨٣.٩٩%	٢.٩٠%	٠.١٢	٤.٢	٥- هناك خطط وقائية لمتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق.

الثاني عشر	٧٠.٢٣%	٣.٥٦%	٠.١٢	٣.٥١	٦- تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة.
الثامن	٧٣.٥١%	٢.٩٢%	٠.١١	٣.٦٨	٧- تقوم المنظمة بإجراء بحوث واستطلاعات رأي عن الشركات المنافسة.
الثاني	٨٢.١٣%	٢.١٩%	٠.٠٩	٤.١١	٨- تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء.
السابع	٧٤.٧٥%	٤.٥٧%	٠.١٧	٣.٧٤	٩- تستخدم المنظمة الوسائل والأساليب الحديثة في الاتصال بالعملاء.
الرابع	٨١.٧٠%	٢.٥٣%	٠.١	٤.٠٨	١٠- تهتم المنظمة بالشكاوى والمقترحات للعملاء بعد عملية البيع.
التاسع	٧٣.٤٨%	٦.٤١%	٠.٢٤	٣.٦٧	١١- هناك وضوح للرؤية الاستراتيجية للمنظمة.
العاشر	٧٢.٤٦%	٦.٥٤%	٠.٢٤	٣.٦٢	١٢- هناك محافظة على القيم الخاصة بالمنظمة من قبل العاملين وارتباطهم بها.

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الاحصائي.

يتضح من الجدول السابق جاء في ترتيب الأهمية النسبية في الترتيب الأول العنصر هناك خطط وقائية لمتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق بأهمية نسبية بلغت ٨٣.٩٩% وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في الترتيب الثاني العنصر تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء بأهمية نسبية بلغت ٨٢.١٣% وانحراف معياري ٠.٠٩، وجاء في الترتيب الثالث العنصر تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار بأهمية نسبية بلغت ٨٢% وانحراف معياري ٠.١٢، بينما جاء في الترتيب الحادي عشر العنصر تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العملاء وزيادة ارتباطهم بالشركة بأهمية نسبية بلغت ٧٢.١١% وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في الترتيب الثاني عشر العنصر تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة بأهمية نسبية بلغت ٧٠.٢٣% وانحراف معياري ٠.١٢.

جدول رقم (٢٠) تحليل إجابات العملاء فيما يتعلق باستخدام المنظمة التي يتعامل معها لأبعاد نظم الإدارة البيئية مما يؤثر على الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
١- تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية.	٣.٧١	٠.١٨	%٤.٩١	%٧٤.٢٤	الثالث
٢- يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية.	٣.٤٥	٠.١٢	%٣.٤٥	%٦٨.٩٥	السادس
٣- تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية وندوات في المجال البيئي.	٣.٨٢	٠.١٣	%٣.٣٢	%٧٦.٤١	الثاني
٤- تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية.	٣.٣٨	٠.١٥	%٤.٥٤	%٦٧.٦٧	السابع
٥- تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب.	٤.١٤	٠.٠٨	%١.٩٨	%٨٢.٨٠	الأول
٦- يوجد بالمنظمة نظام لإعادة تدوير مخلفات العمليات الإنتاجية.	٣.٤٩	٠.٢٢	%٦.١٩	%٦٩.٧٨	الخامس
٧- تهتم المنظمة بنظم التعبئة والتغليف للمنتجات.	٣.٦٨	٠.٢٣	%٦.٣٨	%٧٣.٥٥	الرابع

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول السابق جاء في ترتيب الأهمية النسبية في الترتيب الأول العنصر تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب بأهمية نسبية بلغت %٨٢.٨٠ وانحراف معياري ٠.٠٨، وجاء في الترتيب الثاني العنصر تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية وندوات في المجال البيئي بأهمية نسبية بلغت %٧٦.٤١ وانحراف معياري ٠.١٣، وجاء في الترتيب الثالث العنصر تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية بأهمية نسبية بلغت %٧٤.٢٤ وانحراف معياري ٠.١٨.

بينما جاء في الترتيب السادس العنصر يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية بأهمية نسبية بلغت %٦٨.٩٥ وانحراف معياري ٠.١٢، وجاء في الترتيب السابع العنصر تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية بأهمية نسبية بلغت %٦٧.٦٧ وانحراف معياري ٠.١٥.

جدول رقم (٢١) تحليل اجابات العملاء فيما يتعلق بتأثير متغيرات الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية بالشركات محل البحث

الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
٨٠.٥١%	٨.٩١%	٠.٣٦	٤.٠٣	تساهم جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالتحليل الإحصائي.

من الملاحظ موافقة عينة الدراسة من العملاء على مساهمة جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية بنسبة ٨٠.٥١% وهي نسبة مرتفعة وهذا يتم اختباره في الفروض الإحصائية.

٣- اختبارات صحة الفروض الإحصائية:

الفرض الرئيسي الأول:

ينص الفرض الرئيس الأول من فروض الدراسة والذي قامت الباحث بصياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية"

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear Regression Analysis وكذلك بطريقة المربعات الصغرى Ordinary Least Squares (OLS) وكذلك اختبارات مقدرات الانحدار والنموذج الكلي $(f)(t)$. وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث في الفرض الأول فيما يلي:

أولاً: فئة العاملين

المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية:

جدول رقم (٢٢)

اختبار معاملات الانحدار ونتائج الارتباط للفرض الرئيس الأول فئة العاملين

المتغير المستقل	معامل الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل ارتباط بيرسون r الإجمالي	قيمة ديرين واتسون Dw
تطبيق نظام الإدارة البيئية	0.556	18.8	0.0	معنوي	0.737	2.109

المصدر: التحليل الإحصائي.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين ANOVA للفرض الرئيس الأول فئة العاملين

مصادر الاختلاف	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل التحديد r^2	النسبة الغير مفسرة %
الانحدار البواقي	1 298	355.3	0.0	معنوي	54.4%	45.6%

قيم جدولية مستخرجة من جداول ديرين واتسون DW = 1.680 Du = 1.692

من النتائج السابقة لتحليل الفرض في فئة العاملين يتضح للباحث ما يلي:

أ- من جدول اختبار معامل الانحدار والارتباط:

١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية لمنظمات الأعمال المنتجة للحاصلات الزراعية اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية بالنسبة للعاملين بالمنظمات محل الدراسة.

٢- كانت إشارة معامل الانحدار وكذلك معامل ارتباط بيرسون إشارة موجبة وهذا يعنى وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق نظام الإدارة البيئية وتحسين الصورة الذهنية أو بعبارة أخرى فإن تطبيق نظام الإدارة البيئية بصورة كبيرة يؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية للمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية من وجهة نظر العاملين بتلك المنظمات.

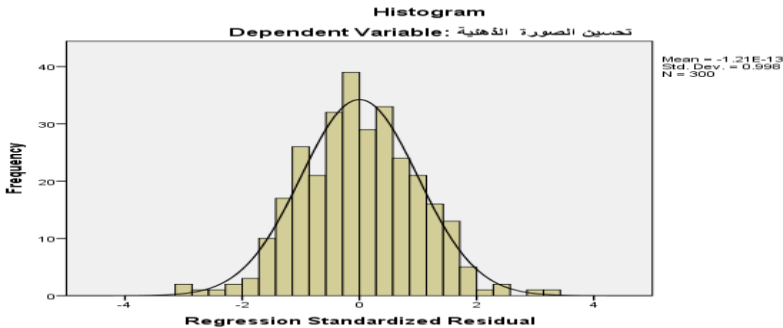
ب- من جدول اختبار معنوية النموذج الكلي ANOVA:

- 1- كانت قيمة مستوي الدلالة الخاصة باختبار معنوية النموذج الكلي اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى إمكانية الاعتماد على النموذج التقديري وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع محل الدراسة.
- 2- كانت قيمة معامل التحديد لقياس القوة التفسيرية $r^2=54.4\%$ وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في تطبيق نظام الإدارة البيئية مسؤولة عن تفسير ما نسبته 54.4% من التغيرات التي تحدث في تحسين الصورة الذهنية وهناك ما نسبته 45.6% يرجع إلى حد الخطأ العشوائي Random error والذي يحتوي على أثر العوامل الأخرى التي لا يهتم بها الباحث في هذا البحث.

ج- التحقق من افتراضات المربعات الصغرى:

- 1- للتحقق من مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء Auto correlation كانت قيمة إحصائية ديرين واتسون المحسوبة $Dw=2.109$ وبالنظر للقيم الجدولية يتضح للباحثة أن القيمة المحسوبة تقع بين القيمتين $(Du, 4-Du)$ وهذا مؤشر واضح على عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي مما يدعم نتائج مقدرات المربعات الصغرى.
- 2- للتحقق من توزيع الأخطاء (البواقي) الرسم البياني التالي يوضح التوزيع:

شكل رقم (٥) توزيع البواقي للفرض الرئيس الأول لفئة العاملين



من الشكل يتضح للباحث أن البواقي لها التوزيع الطبيعي المعياري مما يتفق مع افتراضات المربعات الصغرى أيضاً.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيس الأول وقبوله في صورته البديلة في التي فئة العاملين التي نصت على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية من وجهة نظر العاملين بها".

ثانياً: فئة العملاء

المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية:

جدول رقم (٢٤)

اختبار معاملات الانحدار ونتائج الارتباط للفرض الرئيس الأول فئة العملاء

المتغير المستقل	معامل الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل ارتباط بيرسون r الإجمالي	قيمة ديرين واتسون Dw
تطبيق نظام الإدارة البيئية	0.342	8.12	0.0	معنوي	0.428	2.002

المصدر: جداول التحليل الإحصائي.

جدول رقم (٢٥) تحليل التباين ANOVA للفرض الرئيس الأول فئة العملاء

النسبة الغير مفسرة %	معامل التحديد r^2	القرار عند $\alpha=0.05$	مستوى الدلالة	قيمة F	درجات الحرية	مصادر الاختلاف
81.9%	18.1%	معنوي	0.0	65.9	1 299	الانحدار البواقي

قيم جدولية مستخرجة من جداول ديرين واتسون DW = 1.694 Du = 1.681 Dl = 1.681

من النتائج السابقة لتحليل الفرض في فئة العملاء يتضح للباحث ما يلي:

أ- من جدول اختبار معامل الانحدار والارتباط:

١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية لمنظمات الأعمال المنتجة للحاصلات الزراعية اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى وجود أثر معنوي ذو دلالة

إحصائية لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية بالنسبة لعملاء المنظمات محل الدراسة.

٢- كانت إشارة معامل الانحدار وكذلك معامل ارتباط بيرسون إشارة موجبة وهذا يعنى وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق نظام الإدارة البيئية وتحسين الصورة الذهنية أو بعبارة أخرى فإن تطبيق نظام الإدارة البيئية بصورة كبيرة يؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية للمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية من وجهة نظر عملاء تلك المنظمات.

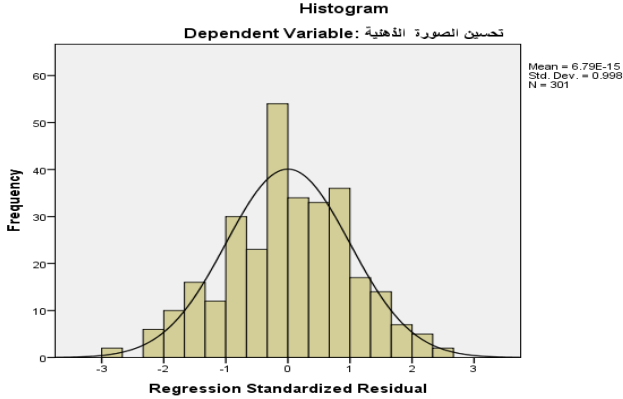
ب- من جدول اختبار معنوية النموذج الكلي ANOVA:

- ١- كانت قيمة مستوي الدلالة الخاصة باختبار معنوية النموذج الكلي اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى إمكانية الاعتماد على النموذج التقديري وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع محل الدراسة.
- ٢- كانت قيمة معامل التحديد لقياس القوة التفسيرية $r^2=18.1\%$ وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في تطبيق نظام الإدارة البيئية مسئولة عن تفسير ما نسبته 18.1% من التغيرات التي تحدث في تحسين الصورة الذهنية وهناك ما نسبته 81.9% يرجع إلى حد الخطأ العشوائي Random error والذي يحتوي على أثر العوامل الأخرى التي لا يهتم بها الباحث في هذا البحث.

ج- التحقق من افتراضات المربعات الصغرى:

- ١- للتحقق من مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء Auto correlation كانت قيمة إحصائية ديرين واتسون المحسوبة $Dw=2.002$ وبالنظر للقيم الجدولية يتضح للباحثة أن القيمة المحسوبة تقع بين القيمتين $(Du, 4-Du)$ وهذا مؤشر واضح على عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي مما يدعم نتائج مقدرات المربعات الصغرى.
- ٢- للتحقق من توزيع الأخطاء (البواقي) الرسم البياني التالي يوضح التوزيع:

شكل رقم (٦) توزيع البواقي للفرض الرئيس الأول لفئة العملاء



من الشكل يتضح للباحث أن البواقي لها التوزيع الطبيعي المعياري مما يتفق مع افتراضات المربعات الصغرى أيضاً.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيس الأول وقبوله في صورته البديلة في التي فئة العملاء التي نصت على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية من وجهة نظر العملاء".

الفرض الرئيسي الثاني:

ينص الفرض الرئيس الثاني من فروض البحث الذي قام الباحث في صياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إجابات العاملين بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية فيما يتعلق بتأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية من حيث الشركة"

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض الرئيس الثاني قام الباحث باستخدام تحليل التباين Analysis Of Covariance ANCOVA وذلك لاختبار معنوية الفروق بين أكثر من فئة (الشركة) مع وجود تأثير متغير مستقل على متغير تابع.

وأُسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث في الفرض الرئيس الثاني على ما

يلي:

المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية
 المتغير النوعي: الشركة (امريكانا – ثمار – الصالحية الجديدة)
 المتغير المستقل: تطبيق نظام الإدارة البيئية
 جدول رقم (٢٦) ANCOVA للفرض الرئيسي الثاني (العاملين)

المتغير المستقل	قيمة F	قيمة مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	قيمة معامل التحديد (مربع إيتا)
تطبيق نظام الإدارة البيئية	349.5	0.0	معنوي	54%
الفروق بين الشركات	0.362	0.696	غير معنوي	

من الجدول السابق يتضح للباحث ما يلي:

١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص بأثر تطبيق نظام الإدارة البيئية في الشركات ككل على تحسين الصورة الذهنية اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى وجود تأثير معنوي لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية في الشركات بصورة إجمالية.

٢- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار الفروق بين الشركات المختلفة من حيث تأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية أكبر من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى وجود أنه لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين الشركات محل الدراسة حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الأداء.

مما سبق يمكن للباحث قبول الفرض الرئيسي الثاني العدمي التي نصت على أنه "لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إجابات العاملين بالمنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية فيما يتعلق بتأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية من حيث الشركة"

الفرض الرئيسي الثالث (العلاء):

ينص الفرض الرئيسي الثالث من فروض البحث الذي قام الباحث في صياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إجابات

عملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية فيما يتعلق بتأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية من حيث الشركة"

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض الرئيس الثالث قام الباحث باستخدام تحليل التباين Analysis Of Covariance ANCOVA وذلك لاختبار معنوية الفروق بين أكثر من فئة (الشركة) مع وجود تأثير متغير مستقل على متغير تابع.

وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث في الفرض الرئيس الثاني على ما يلي:
المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية

المتغير النوعي: الشركة (امريكانا – ثمار – الصالحية الجديدة)

المتغير المستقل: تطبيق نظام الإدارة البيئية

جدول رقم (٢٧) ANCOVA للفرض الرئيس الثالث (العملاء)

المتغير المستقل	قيمة F	قيمة مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	قيمة معامل التحديد (مربع إيتا)
تطبيق نظام الإدارة البيئية	64.4	0.0	معنوي	19%
الفروق بين الشركات	3.16	0.044	معنوي	

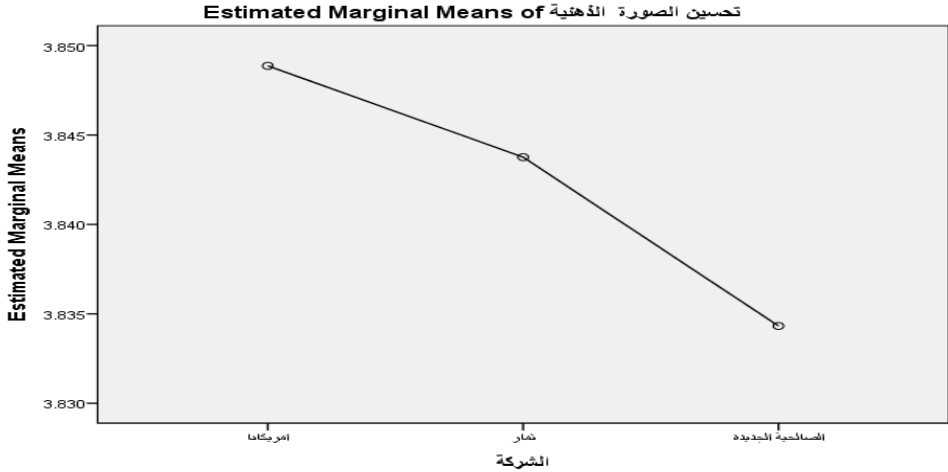
من الجدول السابق يتضح للباحث ما يلي:

١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص بأثر تطبيق نظام الإدارة البيئية في الشركات ككل على تحسين الصورة الذهنية اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى وجود تأثير معنوي لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية في الشركات بصورة إجمالية.

٢- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار الفروق بين الشركات المختلفة من حيث تأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية اقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعنى أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين الشركات محل الدراسة حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الأداء.

٣- للتعرف على أي من الشركات لها تأثير أكبر الرسم البياني التالي يوضح فروق التأثير:

شكل رقم (٧) الفروق بين الشركات في فئة العملاء



Covariates appearing in the model are evaluated at the following values: = 3.7207 = نظم الاداره البيئية

من الرسم يتضح للباحث أن شركة امريكانا لها تأثير أكبر ثم شركة ثمار وأخيراً شركة الصالحية الجديدة.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيس الثالث في صورته العدمية وقبول الفرض في صورته البديلة التي نصت على انه " توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إجابات عملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية فيما يتعلق بتأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية من حيث الشركة" الفرض الرئيس الرابع:

ينص الفرض الرئيس الرابع من فروض البحث الذي قام الباحث في صياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين العاملين و عملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية "

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض الرئيس الرابع قام الباحث باستخدام تحليل التباين Analysis Of Covariance ANCOVA وذلك لاختبار معنوية الفروق بين أكثر من فئة (العاملين-العملاء) مع وجود تأثير متغير مستقل على متغير تابع. وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث في الفرض الرئيس الثاني على ما يلي: المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية

المتغير النوعي: فئة الدراسة (عاملين-عملاء)
المتغير المستقل: تطبيق نظام الإدارة البيئية

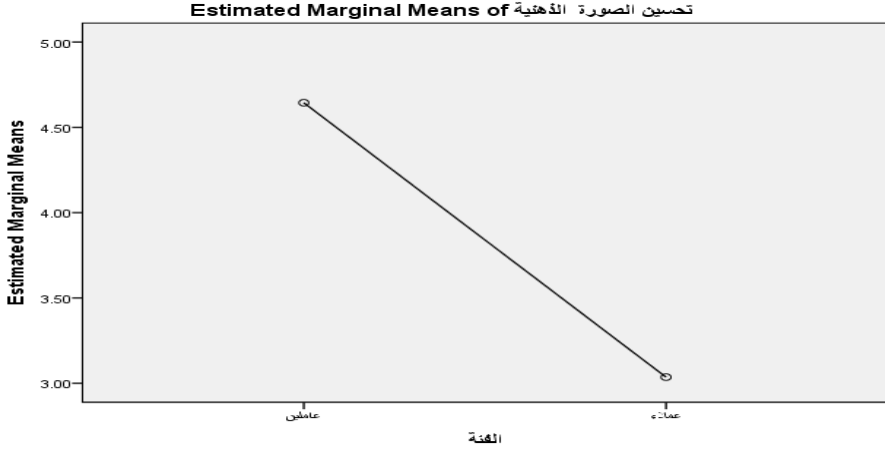
جدول رقم (٢٨) ANCOVA للفرض الرئيسي الرابع

المتغير المستقل	قيمة F	قيمة مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	قيمة معامل التحديد (مربع إيتا)
تطبيق نظام الإدارة البيئية	313.27	0.0	معنوي	34.2%
الفروق بين العاملين والعملاء	312.9	0.0	معنوي	

من الجدول يتضح للباحث ما يلي:

- 1- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص بأثر تطبيق نظام الإدارة البيئية في الشركات ككل على تحسين الصورة الذهنية أقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعني وجود تأثير معنوي لتطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية في فئتي العاملين والعملاء بصورة إجمالية.
- 2- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار الفروق بين العاملين والعملاء من حيث تأثير تطبيق نظام الإدارة البيئية على تحسين الصورة الذهنية أقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وهذا يعني أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين العاملين والعملاء في الشركات محل الدراسة حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الأداء.
- 3- للتعرف على أي من الفئتين لها تأثير أكبر الرسم البياني التالي يوضح فروق التأثير:

شكل رقم (٨) الفروق بين العاملين والعملاء في الشركات ككل



Covariates appearing in the model are evaluated at the following values: نظم الاداره البيئية = 5.4813

من الرسم يتضح للباحث أن فئة العاملين لها تأثير أكبر بالنسبة لفئة العملاء. مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيس الرابع في صورته العدمية وقبول الفرض في صورته البديلة التاي نصت على انه "توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين العاملين وعملاء المنظمات المنتجة للحاصلات الزراعية حول أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وذلك على تحسين الصورة الذهنية".

تاسعاً: النتائج والتوصيات

يمكن من خلال ما سبق استنتاج النتائج والتوصيات التي يتم عرضها فيما يلي:

أ- النتائج:

١- أن التلوث البيئي له آثار سلبية على اقتصاديات الدول النامية حيث أن هناك اتفاقات دولية قد اشترطت توافر مجموعة من المعايير البيئية في المنتجات الزراعية التي تصدر إلى أسواق الاتحاد الأوروبي وحيث أن تلوث مياه الري هو السائد في الدول النامية والتي ينتقل منها إلى أنسجة النباتات تكون المنتجات

- 1- الزراعة لتلك الدول غير قادرة على دخول الأسواق الأوروبية أو اكتساب مركز تنافسي عالمي.
- 2- أن السبب الرئيسي في ضعف قدرة المنتجات الزراعية المصرية على دخول الأسواق الأجنبية هو عدم المطابقة للاشتراطات البيئية وخاصة في أسواق الاتحاد الأوروبي.
- 3- ضعف نظم البحوث والتطوير الخاصة بتحسين بيئة انتاج المنتجات الزراعية.
- 4- انخفاض المستوى التعليمي للعاملين مما يؤثر بشكل غير مباشر على درجة الوعي والإدراك بأهمية الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية.
- 5- عدم التزام المنظمات بالقوانين والتشريعات الخاصة بتطبيق بنظم الإدارة البيئية.
- 6- ضعف الاهتمام بنظم التغليف والتعبئة للمنتجات الزراعية مما يؤثر على الصورة الذهنية لهذه المنتجات.
- 7- ضعف الثقة بين العملاء والمنظمات فيما يتعلق بتطبيق نظم الإدارة البيئية وعدم دقة المعلومات المقدمة إليهم.

ب- التوصيات:

- 1- ينبغي الاهتمام بالمصادر المختلفة والبديلة لمياه الري الخالية من المواد الضارة والتي تؤدي إلى تلوثها، ووضع الآليات المختلفة للحد من التلوث والإعلان عن ذلك في العديد من الدول المستوردة للمنتجات الزراعية المصرية.
- 2- تحسين الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية من خلال تطبيق نظم إدارة البيئية والحصول على شهادات جودة المنتجات الزراعية بالعديد من الجهات المعتمدة دولياً.
- 3- ضرورة العمل على إنشاء مراكز متخصصة للبحوث والتطوير المستمرين تهدف إلى تحسين بيئة انتاج المنتجات الزراعية.
- 4- ينبغي الاهتمام باختيار العاملين من خلال اختبارات التوظيف التي تعمل على تحسين جودة العاملين في مجال المنتجات الزراعية، كذلك القيام بعقد دورات

- تدريبية وتثقيفية لزيادة الاهتمام بجودة المنتجات الزراعية وتحسين صورتها الذهنية.
- ٥- تغليظ العقوبات على المنظمات التي لم تلتزم بالقوانين والتشريعات البيئية كذلك تطوير هذه القوانين بناء على التطور الذي يحدث في هذا الشأن من الدول الراضة للمنتجات الزراعية المصرية.
- ٦- العمل على تحسين نظم التعبئة والتغليف والتي من خلالها يتم تحسين الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية ودعم العملاء بالعديد من المعلومات والبيانات التي تضمن من خلالها المنظمة ولاء وانتماء العملاء للعلامة والماركة التجارية.
- ٧- ضرورة الاهتمام بقياس رضا العملاء ودعم الثقة المتبادلة بين المنظمة والمستهلكين الأمر الذي يعمل دعم الصورة الذهنية للمنتجات الزراعية المصرية في جميع الأسواق.
- ٨- يجب الاهتمام بدراسة الجوانب والأبعاد والمتغيرات الأخرى الواردة بالبحث، والتي من خلالها تحسين الصورة الذهنية للمنتجات المصرية بصفة عامة سواء المنتجات الزراعية أو السلع والخدمات الأخرى وذلك لتحسين معدلات الصادرات المصرية.

عاشراً: المراجع

أ- المراجع العربية:

- ١- ابراهيم خليل، تطبيق السلسلة القياسية الدولية ايزو ١٤٠٠٠ في المحميات الطبيعية بالأردن واثرة في تقليل المخاطر البيئية، مجلة الدراسات البيئية، العدد الرابع، ٢٠١٠، الاردن، ص٦٠.
- ٢- ابراهيم عبد الجليل السيد، الادارة البيئية، الموسوعه العربية للمعرفة، الدار العربية للعلوم، بيروت، ٢٠٠٦، ص ١٢١.
- ٣- أحمد الدسوقي، "الصورة الذهنية لرجل شرطة الراى العام المصرى ورقه عمل مقدمة فى احدى دورات برامج الامم المتحدة الانمائى"، مشروع دعم القدرات فى مجال حقوق الانسان، رسالة ماجستير، ٢٠٠٧، ص ٥-٧.
- ٤- احمد على صالح، تقويم برامج التدريب البيئى فى إطار المواصفه الدوليه ISO١٤٠٠١، مجله جامعه القدس للابحاث والدراسات، العدد الخامسه والعشرون (١)، ٢٠١١.
- ٥- احمد مصطفى كامل: دور الاتصال التنظيمى فى تكوين الصورة الذهنية للمنظمات غير الحكوميه الدوليه لدى النخبه المصريه، ٢٠١١.
- ٦- ايثار عبد الهادى، تقويم مستوى تطبيق متطلبات نظام الادارة البيئية، دراسة حالة الشركة العامه لصناعة البطاريات، مجله الاقتصاد والادارة، العدد السبعون، الجامعه المستنصرية، بغداد ٢٠٠٨، ص ١٠٩.
- ٧- بلال خلف السكارنه، اخلاقيات العمل وأثرها فى ادارة الصورة الذهنية فى منظمات الاعمال، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، ٢٠١٢، ص ٣٨٤.
- ٨- جراهام داولينج: تكوين سمعه الشركة الهويه والصورة والاداء، ترجمة وليد شحاذه، الطبعه الاولى، الرياض، مكتبه العبيكان، ٢٠٠٣، ص ١١.
- ٩- حفيى صليحة، الاداء البيئى كأستراتيجية تنافسيه للمؤسسات الصناعيه، الملتقى الدولى الرابع حول المنافسه والاستراتيجيات التنافسيه للمؤسسات الصناعه خارج قطاع المحروقات فى الدول العربيه، مرجع سبق ذكره، ص ٤٤.
- ١٠- خورشيد مصطفى خورشيد، المخلفات الزراعيه فى جمهوريه مصر العربيه، دليل الدراسات والبحوث البيئيه، دليل رقم ٧، معهد الكفايه الانتاجيه، جامعه الزقازيق، ٢٠١١، ص ٢١.
- ١١- داليا عبد الحميد صقر، صلاح محمود الحجار، نظم الادارة البيئيه والتكنولوجيا ايزو ١٤٠٠٠ منهجياته، تقنياته، استمداداته، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القايره، ٢٠١١، ص ٩٥.
- ١٢- سليمان الصالح، "وسائل الاعلام وصناعه الصورة الذهنيه"، ط ١، كتاب مكتبه الفلاح، ٢٠٠٥، ص ٢١-٢٣.
- ١٣- سيد حسن سيد محمد، "بناء الدستور الاخلاقى بهدف تحسين الصورة الذهنيه للمنظمة"، جامعه قناة السويس، مجلة، سنة ٢٠١٣، ص ٥٣.

- ١٤- شيرين زغول ذكي، دراسه تحليليه للتجارة الخارجيه لاهم الحاصلات الزراعيه المصريه، رساله دكتوراه غير منشوره، قسم الاقتصاد الزراعي، كليه الزراعه، جامعه القاهرة، ٢٠١١.
- ١٥- صالح الشيخ، "تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها"، بحث مقدم لنيل دبلوم، الاكاديمية السورية الدولية: الجمعية الدولية للعلاقات العامة، ٢٠٠٩.
- ١٦- عبد الرحيم علام، مقممة فى نظم الادارة البيئية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعه الدول العربية، ٢٠٠٥، ص ٢٣.
- ١٧- عبد العزيز تركستاني، دور اجهزة العلاقات العامة فى تكوين الصور الذهنية للملكة، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال المنتدى الاعلامى السنوى الثانى صورة المملكة العربية السعودية ف العالم، ٢٠٠٤، ص ١٢.
- ١٨- عدنان متروك الشديفات، "الصورة الذهنية لدائرة العلاقات العامة والاعلام لدى اعضاء الهيئة التدريسية فى الجامعات الاردنية: دراسة تطبيقية"، رساله ماجستير، جامعه الشرق الاوسط، ٢٠١٣، ص ٤٣-٤٤.
- ١٩- غسان فيصل عبد، "المزيج التسويقي وانعكاساته على المكانة الذهنية"، مجلة جامعه كركوب والعلوم الادارية والاقتصادية، جامعه نكريت، كلية الادارة والاقتصاد، مجلد (١)، عدد (١)، ٢٠١١، ص ١٦-١٨.
- ٢٠- فادى عبد المنعم احمد عبد الفتاح، "دور التسويق الالكتروني فى تحسين الصورة الذهنية للخدمات الصحية": دراسة حالة من وجه نظر عملاء الشركة الاردنية للتأمين، رساله ماجستير، قسم ادارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعه الشرق الاوسط، ٢٠١١، ص ٢٩.
- ٢١- فتحى احمد يحيى، نظام ادارة الجودة الشاملة والمواصفات العالمية، دراسة تطبيقية وعلمية، ٢٠١٢، ص ١٨.
- ٢٢- منى ابو العطا محمد، المعايير البيئية والتنمية المستدامة والقدرة التنافسيه للصادرات المصريه، رساله دكتوراه غير منشوره، كليه الاقتصاد والعلوم السياسيه، جامعه القاهرة، ٢٠١٣.
- ٢٣- هشام كيلانى، "العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية للمنظمة"، جامعه الملك سعود بدون ناشر، ٢٠٠٩.

ب- المراجع الأجنبية:

- 1- B.larson .Evaluating the impact of specific Environmental Regulation on Exports, Environment and Economics journal, Vol.11, No. 2, USA, p.532.
- 2- Donald Bern, The effectiveness of iso 14001 in the Americans organizations, doctorate dissertation, university of California, USA, 2012.
- 3- Environmental standards and competitiveness of key Economic sector, Economic and Social Commission for the Western Asia (Escwa), united Nation, New Yourk, 2013, p.129.
- 4- Fatima Vegholm, "Relationship marketing and the management of corporate image in the bank-SME relationship" management Research Review, Vol. 34, Iss. 3, 2011, pp.325-336.
- 5- Hung-Che Wu,"the effects of customer satisfaction, perceived value, corporate image and service quality on behavioral intentions in gaming establishments", Asia pacific Journal of marketing and logistics, Vol.26, No.4, 2014, pp.540-565.
- 6- Josephine mc court, An integrated oHsas 18001, iso 14000, iso 9001 management system, journal of institute of material and measurements, Vol.10(32),USA, 2013.
- 7- keith Butterich, introducing public relations theory and practice, London, sage, 2011, p.57.
- 8- lea. G.geros, using Environmental Management to increase firm competitive, corporate social Responsibility, environmental management journal, Vol. 10, USA, 2013, p.130.
- 9- Mai An Tran Bang Nguyen T.C.Melewar Jim Bodoh, "Exploring the corporate image formation process", Qualitative Market Research: international Journal, Vol.18 Iss. 1, 2015, pp. 86-114.
- 10- Mcd .dowel the Sustainabilitu of population Health .journal of environment,Vol. 26, No. 4, UK, 2009, p16.
- 11- Olusanmi C. Amujo, Beatrice Adeyinka laninhun, Olutayo Otubanjo, victoria Olufunmilayo Ajala,"impact of corporate social irresponsibility

- on the corporate image and Reputation of multinational Oil corporations in Nigeria" In corporate Social irresponsibility: A Challenging Concept. Published online: 09 mar, 2015, pp. 263-293.
- 12- Pierre Pomaret , Differentiation through corporate image – A comparison between Hemkop and ica-maxi- university of Halmstad school of Business and Engineering Marketing, c-level, 2008, p. 9-10.
- 13- Seehyung kima and yooshik,"The hierarchical effects of affective and cognitive components on tourism destination image: journal of travel & tourism marketing 14(2), 2003, pp.1-22.
- 14- Smaizien and Orzeekauskas, Corporate image audit. Vadyba management, 2006.

ملحق رقم (١)

قائمة الاستقصاء المستخدمة لقياس دور استخدام نظم الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية الموجه (المديرين والعاملين) بمنظمات الأعمال العاملة المنتجة للحاصلات الزراعية

السادة الأفاضل/ المديرين والعاملين بشركات المنتجات الزراعية المصرية ...
تحية طيبة وبعد ...

يقوم الباحث/ أحمد عزمي زكي باجراء بحث ميداني يهدف إلى دراسة تأثير تطبيق نظم إدارة الجودة البيئية على تحسين الصورة الذهنية للمنتجات من الحاصلات الزراعية، نرجوا من سيادتكم الاجابة بصورة محايدة على الأسئلة المعدة لأغراض البحث العلمي والتي تعمل على تحسين مستوى الأداء بشركتكم الموقرة ومن ثم دعم المركز التنافسي لديها.

ولكم جزيل الشكر والتقدير...

الباحث

السؤال الأول: حدد مدى موافقتك على العبارات التالية والتي تحدد أبعاد تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية التي تقوم منطمتك بإنتاجها:-

العبارــــــــة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	لا موافق	لا موافق على الإطلاق
١- هناك صدق وأمانة في نقل أخبار الشركة لكافة العملاء.					
٢- هناك اهتمام بالعلاقات الجيدة والممتدة مع العملاء.					
٣- تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العاملين وزيادة ارتباطهم بالشركة.					
٤- تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار.					
٥- هناك خطط وقائية لمتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق.					

					٦- تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة.
					٧- تقوم المنظمة بإجراء بحوث واستطلاعات رأي عن الشركات المنافسة.
					٨- تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء.
					٩- تستخدم المنظمة الوسائل والأساليب الحديثة في الاتصال بالعملاء.
					١٠- تهتم المنظمة بالشكاوى والمقترحات للعملاء بعد عملية البيع.
					١١- هناك وضوح للرؤية الاستراتيجية للمنظمة.
					١٢- هناك محافظة على القيم الخاصة بالمنظمة من قبل العاملين وارتباطهم بها.

السؤال الثاني: حدد مدى موافقتك على العبارات التالية والتي تحدد استخدام منظمتك لأبعاد نظم الإدارة البيئية مما يؤثر على الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية التي تقوم منظمتك بإنتاجها:

لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	العبارة
					١- تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية.
					٢- يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية.
					٣- تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية في المجال البيئي للعاملين.
					٤- تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية.
					٥- تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب.
					٦- يوجد بالمنظمة نظام لإعادة تدوير مخلفات العمليات الإنتاجية.
					٧- تهتم المنظمة بنظم التعبئة والتغليف للمنتجات.

السؤال الثالث: تساهم جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية:
موافق تماما موافق موافق إلى حد ما لا أوافق لا أوافق على الإطلاق

السؤال الرابع: برجاء كتابة أي ملاحظات أخرى تعمل على تحسين الصورة الذهنية.

.....
.....

بيانات شخصية:

المنظمة:

.....

الوظيفة:

.....

ملحق رقم (٢)

قائمة الاستقصاء المستخدمة لقياس دور استخدام نظم الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية الموجه (للعلاء) بمنظمات الأعمال العاملة المنتجة للحاصلات الزراعية

السادة الأفاضل/ عملاء والمتعاملين مع شركات المنتجات الزراعية المصرية
تحية طيبة وبعد ...

يقوم الباحث/ أحمد عزمي زكي بإجراء بحث ميداني يهدف إلى دراسة تأثير تطبيق نظم إدارة الجودة البيئية على تحسين الصورة الذهنية للمنتجات من الحاصلات الزراعية، نرجوا من سيادتكم الاجابة بصورة محايدة على الأسئلة المعدة لأغراض البحث العلمي والتي تعمل على تحسين مستوى الأداء للشركات الذي تقوموا بالتعامل معها.

ولكم جزيل الشكر والتقدير...

الباحث

السؤال الأول: حدد مدى موافقتك على العبارات التالية والتي تحدد أبعاد تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية التي تقوم باستخدامها:

العبارة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
١- هناك صدق وأمانة في نقل أخبار الشركة لكافة العملاء.					
٢- هناك اهتمام بالعلاقات الجيدة والممتدة مع العملاء.					
٣- تقوم المنظمة بخلق وتعزيز ثقة العملاء وزيادة ارتباطهم بالشركة.					
٤- تقوم المنظمة بالاهتمام بالمعلومات وتحديثها باستمرار.					

				٥- هناك خطط وقائية لمتابعة الصورة الذهنية للمنظمة في الأسواق.
				٦- تقوم الشركة بعمل الكثير من الندوات والمؤتمرات بوسائل الإعلام المختلفة.
				٧- تقوم المنظمة بإجراء بحوث واستطلاعات رأي عن الشركات المنافسة.
				٨- تقوم المنظمة من خلال العديد من الوسائل بملاحظة تردد اسم الشركة من قبل الآخرين سواء موزعين أو عملاء.
				٩- تستخدم المنظمة الوسائل والأساليب الحديثة في الاتصال بالعملاء.
				١٠- تهتم المنظمة بالشكاوى والمقترحات للعملاء بعد عملية البيع.
				١١- هناك وضوح للرؤية الاستراتيجية للمنظمة.
				١٢- هناك محافظة على القيم الخاصة بالمنظمة من قبل العاملين وارتباطهم بها.

السؤال الثاني: حدد مدى موافقتك على العبارات التالية والتي تحدد استخدام المنظمة التي تتعامل معها لأبعاد نظم الإدارة البيئية مما يؤثر على الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية التي تقوم باستخدامها:

العبرة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	لا موافق	لا موافق على الإطلاق
١- تقوم المنظمة بتطوير السياسات البيئية.					
٢- يوجد بالمنظمة تحسين مستمر للعمليات الفنية والتشغيلية.					

					٣- تقوم المنظمة بعقد دورات تدريبية وندوات في المجال البيئي.
					٤- تقوم المنظمة بالالتزام بقوانين والتشريعات البيئية.
					٥- تهتم المنظمة بإنتاج منتج نظيف خالي من العيوب.
					٦- يوجد بالمنظمة نظام لإعادة تدوير مخلفات العمليات الإنتاجية.
					٧- تهتم المنظمة بنظم التعبئة والتغليف للمنتجات.

السؤال الثالث: تساهم جميع الأبعاد السابقة والخاصة بنظام الإدارة البيئية في تحسين الصورة الذهنية للحاصلات الزراعية المصرية:
موافق تماماً موافق موافق إلى حد ما لا أوافق لا أوافق على الإطلاق

السؤال الرابع: من وجهة نظرك ما هي أهم الأبعاد التي تعمل على تحسين الصورة الذهنية

.....
.....
.....

بيانات شخصية:

المنظمة التي تتعامل معها: _____

.....

الوظيفة:

.....