



تأثير الاستدامة التنظيمية على السمعة التنظيمية

دراسة تطبيقية في الشركة العامة للاسمنت العراقية- معاوية السميت الجنوبية

ا.م.اميرة خضير كاظم العنزي

ا.م.د. زينب هادي معيوف الشريف

المعهد التقني كوفة / جامعة الفرات الأوسط التقنية

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة

Kin.amr@atu.edu.iq

zainabh.maufee@uokufa.edu.iq

المستخلص

هدفت الدراسة الى استكشاف العلاقة بين الاستدامة التنظيمية من خلال ابعادها [الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية والاستدامة البيئية]، و السمعة التنظيمية بأبعادها [الجاذبية العاطفية، الخدمات والمنتجات، الرؤية والقيادة، البيئة في مكان العمل، والاداء المالي]. وقد تم اختيار الشركة العامة للاسمنت العراقية في مدينة الكوفة مجتمعاً لإجراء الدراسة، و بلغ حجم العينة (127)، فرداً من العاملين في الشركة المذكورة، ولغرض تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة جرى الاعتماد على البرنامج الاحصائي (SmartPIs). توصلت الدراسة الى ان هناك علاقة تأثير للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية بمعنى كلما تبنت الشركة مستويات عالية من الاستدامة ادى ذلك الى تحسين سمعتها في المجتمع.

المصطلحات الرئيسية: الاستدامة التنظيمية، السمعة التنظيمية

The impact of organizational sustainability on organizational reputation

An applied study in the General Company for Iraqi Cement - Southern Cement Associate

Zainab Hadi Maaouf Al-Sharifi

Ameera Khudair Kadhim Al-Enzi

Faculty of Administration and Economics,

Technical Institute of Kufa,

University of Kufa, Iraq.

AL- Furat AL- Awsat Technical University, Iraq

zainabh.maufee@uokufa.edu.iq

Kin.amr@atu.edu.iq

Abstract

The study aimed to explore the relationship between organizational sustainability through its dimensions [economic sustainability, social sustainability and environmental sustainability], and organizational reputation with its dimensions [Emotional Appeal, Products and Services, vision and leadership, Workplace Environment, and Financial Performance]. The General Company for Iraqi Cement in the city of Kufa was chosen as a community to conduct the study, and the sample size was (127), one of the employees of the mentioned company. For the purpose of analyzing the data and testing the hypotheses of the study, the statistical program (SmartPIs) was relied on. The study concluded that there is an impact relationship of organizational sustainability on organizational reputation, meaning whenever a company adopts high levels of sustainability, this improves its reputation in the community.

Key terms: organizational sustainability, organizational reputation



المقدمة

تزايد الاهتمام بمفهوم الاستدامة بشكل عام والاستدامة التنظيمية بشكل خاص في الابحاث والدراسات الاكاديمية وفي شتى المجالات. فالمنظمات اليوم معنية بالاهتمام بالمجتمع والبيئة والاقتصاد ليس لكسب المزايا التنافسية وحسب وانما لتعزيز سمعتها والاحتفاظ بالعاملين الموهوبين والبقاء في البيئة التي يتسم طابعها بالتغيير المستمر. الدراسات والابحاث التي اجريت لفهم الاستدامة التنظيمية كشفت ان المنظمات تحقق العديد من المزايا عند التزامها بالاستدامة. فعندما تزيد من العمل الجماعي الموجهة نحو المجتمع فانها سوف تحقق الموزانة بين المنافع والتحديات التي تواجهها وبالتالي سوف تعظم منافعها وتقلل من التحديات (Lozano,et al.,2021:1). وهذا يعني قدرة المنظمات على الاستجابة للتغيرات. وهذا ما اشارت اليه دراسة (Sezen-Gültekin, G., & Argon, 2020: 339) عن وجود علاقة ايجابية بين المرونة التنظيمية والاستدامة التنظيمية و التي يمكن من خلال المرونة تخطي الازمات التي تمر بها المنظمة. عوامل اخرى بينتها نتائج دراسة (Wongsnuopparat & Chunyang,2021: 69) مثل القيادة، الادارة وعمر العاملين، تؤثر بشكل كبير على الاستدامة التنظيمية. كما ان الاستدامة التنظيمية تسهم في توجيه المدراء خلال عملية اتخاذ القرار من اجل تحقيق الميزة التنافسية مع الاخذ بنظر الاعتبار الاختلافات بين المنظمات كالحجم والموقع ونوع المنتجات والخدمات التي تقدمها.بالإضافة الى الجهد المبذول لتحقيق الاستدامة ومستوى مشاركة العاملين في تحقيقها (Batista & Francisco, 2018: 1).

وفي خضم التغييرات المتسارعة والمنافسة الشديدة فان بقاء المنظمات بات محكوما بسمعتها ايضا، فالسمعة التنظيمية وباعتبارها اصلا غير ملموس اصبحت ذات قيمة عالية بالنسبة للمنظمات. لا سيما في ظل بيئة الأعمال التي تزداد فيها المنافسة، اذ يمكن أن تسهم استراتيجية السمعة المحددة بشكل صحيح في ازدهار المنظمة والتأثير على قيمتها السوقية (Pollak etal, 2020: 8). لقد كشفت الدراسات ان السمعة التنظيمية الجيدة لها تأثيرات واضحة على الأداء التنظيمي (Pires & Trez,2017: 15). كما انها يمكن ان تؤثر على الاداء المالي وعلى سلوك اصحاب المصلحة، لذلك فان على المنظمات وضع تدابير فاعلة لإدارة السمعة من خلال اولا مراقبة مستوى السمعة زيادة او نقصان فالمستويات الاعلى من السمعة تسهم في زيادة الاداء وبالتالي التأثير على سلوك اصحاب المصلحة، الامر الثاني ان تركز المنظمات بصورة كبيرة على تحديد مخاطر السمعة ومحاولة التقليل من احتمالية وقوعها وذلك لتأثيرها الشديد على اصحاب المصلحة (Gatzert,2015:24). وبينت دراسة (Kanto,2017: 16) أن الأداء المالي السابق له تأثيرات ايجابية على سمعة المنظمة. لذلك فان السمعة هي عنصر مهم لنجاح المنظمة (Bass,2018:2). وهي تؤثر على نموها، وتعزز الروابط العاطفية مع زبائنها اذ ان تقدير الزبائن للمنظمة يعد شرطا اساسيا لنجاحها (Balan & Schiopoiu, 2017:597). فضلا عن ذلك فهي تؤدي دورا مهما في الحفاظ على العاملين وتوظيف الموهوبين منهم (Hendriks, 2016:50). تأتي هذه النتائج متوافقة مع نتائج الدراسة التي قام بها الباحثون (Alniacik etal, 2012: 14) ان الافراد يميلون الى التوظيف في المنظمات التي تتمتع بسمعة جيدة، أي عندما تكون بيئة العمل جيدة فأنها تؤثر بشكل ايجابي على نوايا الافراد بالتوظيف فيها. وكلما يدرك الاخريين سمعة المنظمة بصورة افضل كلما تزداد فرصتها بجذب الافراد ذوي المواهب.



وفي ذات الاتجاه اكد (Esenyel& Emeagwali,2019: 683) ان العاملين في المنظمات يلعبون دورا مهما في إدارة السمعة من خلال الكلمات الإيجابية التي يتحدثون بها عن المنظمة، فهم بمثابة السفراء للعالم الخارجي عنها. لذلك من المهم جدا دعم والاهتمام بالعاملين للحصول على سمعة جيدة. إن تسمية المنظمة باعتبارها المكان المناسب للعمل ستجعل الافراد يعملون بسعادة فيها فضلا عن جذب الاخرين اليها. ان ادراك الاخرين للسمعة يأتي من مصادر عدة مثل تقارير المحليين او الصحافة، الاشاعات بين الأصدقاء او العاملين والمارة، الخبرات الشخصية مع المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة. هذه المصادر او الادراكات تتراوح ما بين الحقيقة الى الزيف ولكنها بمجرد ان تتشكل تميل مستقبلا الى الاستقرار الديناميكي مع إمكانية التغيير مع الوقت (Clardy,2012:301).

فضلا عما تقدم فان العديد من نتائج الدراسات السابقة اشارت الى اهمية الاستدامة التنظيمية في تعزيز السمعة التنظيمية (Irina, 2014:103; Jančiauskaitė et al,2019:7). وإجراء المزيد من البحوث والدراسات حول تأثير السمعة على أداء المنظمات واستدامتها (Shamma,164: 2012). لذلك جاءت الدراسة الحالية للتحري عن العلاقة بين الاستدامة التنظيمية والسمعة التنظيمية في البيئة العراقية ومدى التزام الاخيرة بالاستدامة لتعزيز سمعتها. ولتحقيق هدف الدراسة الحالية فقد تكونت من اربعة مباحث تضمن المبحث الاول المنهجية العلمية للدراسة، في حين شمل المبحث الثاني الاطار النظري للدراسة وبناء الفرضيات، اما المبحث الثالث فقد اهتم بعرض الجانب التطبيقي واخيرا فقد جرى عرض الاستنتاجات والتوصيات في المبحث الرابع.

المبحث الاول: منهجية الدراسة

اولا: مشكلة الدراسة: يمكن عرض مشكلة الدراسة في إطار التساؤلات الآتية:

1. ما هو مستوى أهمية الاستدامة التنظيمية لدى العاملين في الشركة عينة البحث؟
 2. ما هو مستوى السمعة التنظيمية في الشركة عينة البحث؟
 3. هل يوجد تأثير للاستدامة التنظيمية على السمعة التنظيمية في الشركة المبحوثة ؟
- ثانيا: أهمية الدراسة:** تنبع أهمية الدراسة من أهمية متغيراتها، والكشف عن طبيعة العلاقة فيما بينها، فضلا عن استهداف الشركة العامة للاسمنت العراقية -معاونية الاسمنت الجنوبية التي لها تأثير هام على الاقتصاد والبيئة والمجتمع.

ثالثا: أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية الى تحقيق الاتي:

تهدف الدراسة الى التحري عن طبيعة العلاقة بين الاستدامة التنظيمية والسمعة التنظيمية، والكشف عن مدى تطبيق الشركة العامة للاسمنت العراقية- معاونية السمنت الجنوبية لأبعاد الاستدامة التنظيمية، ومستوى سمعة الشركة المبحوثة. كما ان البحث الحالي يحاول تلافي النقص في الدراسات السابقة التي تربط بين المتغيرات التي جاءت بها هذه الدراسة، وبما يجعلها أن تكون دراسة متواضعة في البيئة العراقية تبحث في هذا المجال الحديث والمهم، وتسعى إلى استنباط علاقاته واستكشاف تأثيراته واستشراف جدواه المستقبلية، مما سيكون له انعكاساً في إثراء المكتبة العربية والعراقية في هذا المجال.



رابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها: جرى اختيار الشركة العامة للاسمنت العراقية- معاوية السمنت الجنوبية في مدينة الكوفة مجتمعاً لإجراء لدراسة، كونها من الشركات الرائدة في صناعة الاسمنت، فضلاً عن ان مقومات تطبيق الدراسة الحالية تنطبق عليها لما تقدمه من منتجات للمجتمع. وزعت الباحثان (140) استمارة استبيان واسترجعت منها (130). واستبعدت (3) استمارة غير صالحة للتحليل الإحصائي لتكون عينة البحث (127) موظفاً. والجدول (1) يبين وصفا لعينة الدراسة:

جدول (1) وصف عينة الدراسة N=(127)

النسبة المئوية %	العدد		
62	79	ذكر	النوع الاجتماعي
38	48	انثى	
8	10	30-21	العمر
9	12	40-31	
41	52	50-41	
42	53	60-51	
-	-	61-فاكثر	
1	1	دكتوراه	المستوى التعليمي
2	3	ماجستير	
1	2	دبلوم عالي	
32	41	بكالوريوس	
36	80	دبلوم	
-	-	اقل من سنة	سنوات الخدمة
4	5	5-1	
9	12	10-6	
8	10	15-11	
35	45	20-16	
43	55	21-فاكثر	

خامساً: المدة الزمنية للدراسة: تمثل الحدود الزمنية المدة التي قضتها الباحثتان في الجانب العملي من توزيع استمارة الاستبيان إلى جمعها ومن ثم تحليلها، فأمتدت من شهر حزيران 2022 إلى شهر اب 2022 .



سادسا: مقاييس الدراسة: جرى الاعتماد في قياس متغيرات الدراسة على مقاييس سابقة، سبق وان اختبرت في مختلف البيئات، وكما يلي:

- **مقياس الاستدامة التنظيمية:** جرى قياس الاستدامة التنظيمية من خلال مقياس (Wijethilake, 2017) الذي يقيس الاستدامة التنظيمية من خلال ثلاثة ابعاد، **الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، الاستدامة البيئية** وقد تكونت جميع الابعاد من (4) فقرات.

- **مقياس السمعة التنظيمية:** جرى الاعتماد على (Fombrun et al, 2000)، مستنديين فيه على الابعاد الجاذبية العاطفية (3) فقرات، الخدمات والمنتجات (4) فقرات، الرؤية والقيادة (3) فقرات، بيئة مكان العمل (3) فقرات، واخيرا الاداء المالي (4) فقرات.

استخدمت الباحثان مقياس ليكرت خماسي التدرج لقياس المتغيرات والذي يبدأ من (اتفق تماما (5)) وينتهي بـ (لا اتفق تماما (1))

سابعا: أدوات جمع البيانات: تمثلت أدوات جمع البيانات بما يأتي:

1. **الجانب النظري:** استعانت الباحثان في تغطية هذا الجانب من الدراسة بما هو متوافر من دراسات وبحوث عربية واجنبية المتوافرة في المكتبات وشبكة الانترنت، وقد شكلت شبكة الانترنت جانبا أساسياً في حصول الباحثان على أحدث البحوث والدراسات التي غطت الجانب النظري للدراسة.

2. **الجانب العملي:** اعتمدت الباحثان على استمارة الاستبيان كمصدر رئيس لجمع البيانات وتم الاعتماد فيها على جهود باحثين سابقين، وجرى التعديل فيها بما يتناسب مع واقع البيئة العراقية والشركات الصناعية العاملة فيها.

ثامنا: منهج الدراسة: جرى اتباع المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة الحالية اذ يساعد هذا المنهج على جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان التي توزع على عينة الدراسة، ومن ثم يجري تبويب وتحليل البيانات للوصول الى النتائج المرجوة.

المبحث الثاني: الاطار النظري للدراسة وبناء الفرضيات

اولا: الاستدامة التنظيمية:

1- مفهوم الاستدامة التنظيمية:

مرت الاستدامة بثلاثة مراحل قبل ان تصل الى الاهتمام الواسع الذي وصلت اليه الان. بدأت المرحلة الاولى قبل عام 1972 وسميت بالفترة الجنينية، ومن ثم جاءت المرحلة الثانية والتي تسمى بالقولبة وقد امتدت من عام 1972 ولغاية عام 1982، واخيرا فترة التطور والتي بدأت من عام 1987 وحتى الوقت الحاضر حيث تطور مفهوم الاستدامة وازدادت شعبيتها لدى العديد من المنظمات والافراد والمجتمعات التي رغبت وبشدة في فهم معناها (Wongsnuopparat & Chunyang, 2021: 58). في ظل هذا الاهتمام المتزايد بمفهوم الاستدامة اصبحت امراً لا مفر منه في عالم الاعمال وقد اثرت بشكل كبير على جميع جوانب وظائف المنظمات تقريباً، واستخدمت من قبلها كاستراتيجية تنافسية. وعلى الرغم من وجود الاستدامة منذ أوائل الثمانينات ومع ذلك لا يوجد تعريف متفق عليه بشكل عام فقد عرفتها لجنة



(Brundt land) بانها تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم الخاصة (Masocha, 2019:77).

تتطلب الاستدامة من المنظمات تطوير مبادئ اقتصادية، واجتماعية، وبيئية طويلة الاجل في أن واحد، ولكي تعبر الشركات عن الاستدامة التنظيمية يجب ان تستخدم مبادئ الازدهار الاقتصادي، والرفاهية المجتمعية وتعزيز البيئة من خلال منتجاتها وسياساتها وممارساتها (Masocha, 2019:77).

لقد أشار (Amini&Bienstock,2014:1-8) لموضوع التفاعل بين المنظمة وبينتها بأنه يتم من خلال نهج المحصلة الثلاثية للاستدامة الاقتصادية، والاستدامة البيئية والاستدامة الاجتماعية ويدعو هذا النهج الى ان نجاح المنظمة على المدى البعيد يتطلب التركيز على ابعاد الاستدامة الثلاثة وليس التركيز على الاستدامة الاقتصادية فقط ، كما اكد على ان ابعاد الاستدامة الثلاثة مترابطة وتؤثر على بعضها البعض من خلال تنوع عدة وسائل وبالتالي لا يمكن ان تفصل المنظمة استدامتها الاقتصادية عن البيئية والاجتماعية. وأكد (Hartman,2014:47) بأن الاستدامة ضرورة من ضرورات التطوير الإداري لأنها تعمل على رفع مستويات الأداء من خلال تطوير مهارات العاملين في المنظمات من خلال توفير تنظيم فعال تسوده روح الفريق والمبادرة والابتكار والمنافسة بحيث يشعر كل فرد من العاملين بان المنظمة ملك له، الامر الذي يدفعهم لبذل الجهود وبذل كل ما لديهم للوصول الى نجاح وتميز منظماتهم. ويرى (الطائي وآخرون، 2015: 213) ان بقاء المنظمات في البيئة مرهون بالتزامها بالأنشطة الاجتماعية والاقتصادية، لان المنظمات جزء من المنظومة البيئية تتأثر وتؤثر بها. لقد عرف (الحدراوي وآخرون، 2020: 510) الاستدامة التنظيمية بأنها ممارسات المنظمة التي تحافظ من خلالها على استدامة عملها وتؤدي أنشطتها بفعالية على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. اما (Rahardjo,etal.,2013:1-2) فقد اشاروا الى الاستدامة التنظيمية بأنها الوعي بالارتباط بين المنظمة والمجتمع والبيئة، والقدرة على التأكد من ان جميع العاملين في المنظمة قد اعتنقوا حقيقة هذه الرؤية مع ضمان تحققها في كل قرار وفعل يومي من خلال أنشطة العاملين في جميع انحاء المنظمة والقدرة على انشاء منظمة متعلمة تسمح بالتحسين المستمر.

لقد رأى (Santos etal.,2013:107) بان دعم الاستدامة التنظيمية يجب ان يتم على جميع المستويات المادية والاجتماعية والاقتصادية بطريقة حديثة ومنهجية. اذ يرتكز مفهوم البيئة على ثقافة المسؤولية الاجتماعية، والمبادئ الأخلاقية في تطوير الأعمال، وهو جزء لا يتجزأ من تفكير أولئك الذين يعتقدون بان التحدي الاهم لهذا القرن هو تحقيق اقتصاد عالمي مستدام ومجتمع تدعمه المنظمات التي هي ليست مستدامة لنفسها ولكن للحفاظ على تأثيرها في المجتمع والمحيط الحيوي. ويرى (Baumgartner&Rauter,2017:81) بأن التقدم نحو الاستدامة التنظيمية بطيئاً مما يشير الى الحاجة لمزيد من التوجيه الملموس الذي يسمح للمنظمات بالعمل بشكل استراتيجي والنجاح بطريقة مستدامة. وذكر الباحثون بان هناك خمسة عوامل يجب تليبيتها كشرط اساس لنجاح الاستدامة التنظيمية وهي: (Rahardjo,etal.,2013:1-2)

- أ. مقدار التزامات المساهمين لتشجيع الإدارة على المشاركة في حل القضايا الاجتماعية والبيئية.
- ب. قوة النموذج الإنساني الذي تعتمد عليه الإدارة.
- ت. قدرة الإدارة على تحقيق مستوى اعلى من أداء الاستدامة.
- ث. قدرة الإدارة على بناء ثقافة استدامة قوية تعكس مبادئ الاستدامة بشكل صحيح.
- ج. قدرة الإدارة على الاستفادة والتعاون مع أصحاب المصلحة الاقتصاديين بشكل متبادل.



2- ابعاد الاستدامة التنظيمية:

لقد اتفقت معظم البحوث والدراسات على ابعاد الاستدامة التنظيمية فقد تناولت ثلاث ابعاد تتضمن الاستدامة الاقتصادية والاستدامة البيئية والاستدامة الاجتماعية منها (Zowawi & Wahab, 2019:3) ، (Wijethilake, 2017:569-582) و (Masocha, 2019:74-81) عليه من خلال ما ورد في الادبيات من ابعاد الاستدامة فقد تبنت الدراسة الحالية هذه الأبعاد باعتبارها الأكثر شيوعاً بين الباحثين.

أولاً: الاستدامة الاقتصادية: ان الهدف من الاستدامة الاقتصادية هو تحسين مستوى الصحة والامان في اماكن العمل وادارة الموارد الطبيعية بصورة كفوءة، ورفع الانتاجية (الشامي و نوري، 2019: 249). ذكر (Zowawi & Wahab, 2019:3) بأن المنظمات تقيس الاستدامة الاقتصادية من خلال عوامل الربح والخسارة، مثل نمو الأرباح والخسائر والعائد على حقوق الملكية او الأصول والدخل بعد الضرائب وتكاليف النقل وتكاليف التسويق. من جانب اخر رأى (Masocha, 2019:77) بانها تقليل تكاليف التشغيل باستخدام الإدارة المنهجية وتحسين إنتاجية القوى العاملة ، وزيادة نفقات البحث والتطوير وكذلك الاستثمار في التدريب وأنواع راس المال البشري الأخرى.

اشار (Bekele, 2013:15) بوجود منهجان لتقييم الاستدامة الاقتصادية الأول يسمى بمنهج التقييم الداخلي والذي يدور حول كيفية بقاء واستمرار الاعمال من خلال التركيز على سمعة العلامة التجارية ومبيعات المنظمة كهدف من اهداف الاستدامة الاقتصادية، والثاني يسمى بمنهج التقييم الخارجي الذي يشير الى معالجة الأثر الاقتصادي للمنظمة على النظام الاقتصادي من وجهة نظر أصحاب المصلحة والتحقيق في كيفية تأثير البيئة الخارجية على استدامة المنظمة، وقد يشمل التأثير الاقتصادي على خلق فرص العمل وإنتاج السلع واستحقاقات العاملين وسلسلة التجهيز.

ثانياً: الاستدامة البيئية: يقصد بالاستدامة البيئية مساهمة المنظمات في المحافظة على سلامة البيئة وذلك عن طريق تخفيض استهلاك الموارد وتقليل توليد النفايات والتلوث فضلاً عن تأثيراتها على النظم الايكولوجية والأرض والهواء والماء ولهذه المساهمة اثار إيجابية على أداء المنظمة وايضاً المحافظة على سمعتها من خلال الوصول للأمتلية في استخدام المواد الأولية والماء والطاقة وإعادة تجديد المنتج وتقديم المنتجات الصديقة للبيئة (Rebitzer, et al., 2004:713). ان الهدف من الاستدامة البيئية تقليل الاثار البيئية للشركات كتقليل نفايات الإنتاج والانبعاثات ويتم ذلك من خلال ثلاث تصنيفات، الاول مكافحة التلوث من قبل الشركات باعتماد اليات مسؤولة عن التخلص من النفايات، الثاني منع التلوث بالحد من النفايات من خلال العمليات والتقنيات المبتكرة المستخدمة من خلال نظام الإنتاج، واخيراً الاشراف على المنتجات بالتركيز على تصميم المنتج باستخدام موارد وسموم اقل، وإعادة تدوير المواد (Masocha, 2019:79). وهذا يعني ان على المنظمات ان تقوم باتخاذ القرارات بتقليل الاثار السلبية للأنشطة البشرية وتفعيل الاجراءات اللازمة لاستخدام الموارد غير المتجددة بحكمة وبطريقة عادلة للجيل الحالي والايال اللاحقة (Yuan, 2013:177).

ثالثاً: الاستدامة الاجتماعية: تركز الاستدامة الاجتماعية بشكل أساس على المجتمع والتنمية الاجتماعية، وتتحقق الاستدامة الاجتماعية عندما تدعم العمليات والأنظمة والهياكل والعلاقات الرسمية وغير الرسمية بفاعلية قدرة الأجيال الحالية والمستقبلية على انشاء مجتمعات صحية وصالحة للعيش، وتستلزم الاستدامة الاجتماعية ان تكون الشركات مسؤولة في تعاملاتها مع



المستهلكين والمستثمرين والحكومة والموظفين وإدارة شؤونها الداخلية من خلال تحفيز الموظفين باستخدام اليات تؤدي الى رفع قيمة الشركة (Masocha,2019:81). وتتمثل بشكل عام بالتأثير المادي الذي تحدثه المنظمة على المجتمع المحلي وعلى العاملين ويقاس بالوقت الضائع وتكرار الإصابات، موثوقية التوريد، ورضا العملاء بشكل عام ، استقرار القوى العاملة او الامن الوظيفي ، تكلفة الرعاية الصحية للعاملين ، معدلات التوظيف، عدد شراكات الاعمال ، النسبة المئوية للعاملين المرتبطين بالعمل، الامراض... الخ (Zowawi&Wahab,2019:3). لقد اشارت العديد من الدراسات السابقة الى ان الاستدامة التنظيمية تؤثر على سمعة المنظمات. فقد اظهرت نتائج دراسة (Jančiauskaitė et al,2019:7) ان الاستدامة لها تأثير على سمعة المنظمة والقيمة المدركة للزبون فهي تسهم في تشكيل رأي الزبون وتصوره عن المنظمة. كما بينت نتائج دراسة (Irina, 2014:103) ان السمعة تضمن الاداء المستدام للمنظمة كما انها تؤدي الى زيادة قيمتها. كما ان دراسة (Lamsam,2020:36-37) اكدت ان المنظمات التي تتبنى ابعاد الاستدامة الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية يؤدي ذلك الى مستويات عالية السمعة التنظيمية قياسا بالمنظمات التي لا تلقي أهمية لها. من جانب اخر فان نتائج دراسة نتائج دراسة لتوليد سمعة طيبة، والتي بدورها تزيد من ولاء الزبائن وتساعد المنظمة على الاحتفاظ بالعاملين الموهوبين. أن الاستدامة البيئية والاجتماعية لهما تأثير مهم جداً على سمعة الشركة. وبالأخص الاستدامة الاجتماعية من خلال القيام بالمساهمة في حل المشاكل الاجتماعية، والمشاركة بالانشطة الاجتماعية والثقافية وتنمية الرفاه الاجتماعي وبالتالي تسهم في تعزيز سمعة المنظمة، اذ ستكون المنظمة قادرة على تطوير التواصل الجيد مع أصحاب المصلحة وكسب الميزة التنافسية من خلال تزويدهم بالمعلومات اللازمة (Tuna& Kiliç,.,2020: 265). وتأسيساً لما تقدم لذلك تحاول الدراسة الحالية اختبار الفرضيتين الآتيتين:

الفرضية الاولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية.

الفرضية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية.

ثانياً: السمعة التنظيمية

1. مفهوم وتعريف السمعة التنظيمية

تعود جذور مفهوم السمعة التنظيمية الى نظرية الهوية الاجتماعية (Chen, 2011: 25). ويعبر عن الهوية الاجتماعية بأنها ادراك الفرد لذاته، الذي يحدد فيما بعد سلوكه، وهذا الادراك يحدده جانبين الاول هو المعرفة المجردة المرتبطة بالخصائص الشخصية، والثاني المعرفة العيانية المرتبطة بالتجارب والأفكار (البيرن و بوربالان، 2017: 44-45). وتكون الهوية موجهة لسلوك الفرد في المنظمة فيعبر عنها (الفتلاوي، 2012: 80) بأنها شعور الفرد بالدرجة التي تتوافق بها خصائص وصفات المنظمة مع الخصائص والتوجهات التي يمتلكها، ينتج عن ذلك السلوك الايجابي للفرد الذي يحثه على العمل لتحقيق اهداف المنظمة.

مع بداية الخمسينيات من القرن الماضي اصبحت السمعة موضع اهتمام الكتاب والباحثين. وكان التركيز في بداية الامر على تصورات الزبائن، لكن مع بداية السبعينيات بدأ الالتفات في



دراسات السمعة الى نظرة اصحاب المصلحة الداخليين فيما يتعلق بالهوية والصورة (Baybars-Hawks & Samast,2013:30). ويتفق الباحثون ان السمعة التنظيمية اصلا غير ملموسا بالغ الاهمية (Pires & Dollinger etal, 1997: 127; Irina, 2014:102; Trez,2017:14). لانها تؤثر على قرارات اصحاب المصلحة كالزبائن، والدائنين، والمستثمرين (Ponzi etal,2011: 17). ويرى (Feldman etal,2015: 55) ان السمعة مفهوم ديناميكي يتطور بمرور الوقت مع انتشار حجم المعلومات حول أنشطة المنظمة وانجازاتها، اذ تحدث تفاعلات بين المنظمة وبين اصحاب المصلحة كالزبائن والمنافسين والمستثمرين والعاملين. فجميع هذه الاطراف سوف تكون وجهات النظر المختلفة حول المنظمة وتحاول تفسير المعلومات التي تحصل عليها فقد تكون جيدة او سيئة بالنسبة اليهم. وتؤدي السمعة التنظيمية دورًا اساسيا في تحقيق المزايا التنافسية وتحسين أداء الأعمال بصفحتها أصلاً استراتيجيًا فريداً من نوعه (Wang,2006:183).

وعلى الرغم من اهتمام الباحثين بمفهوم السمعة التنظيمية الا انه لا يوجد تعريف محدد لها (Wang,2006:183). ويعود سبب ذلك ان السمعة مفهوم متعدد المجالات فقد جذب الباحثين في مختلف التخصصات مثل الاقتصاد والتسويق والادارة وعلم النفس وعلم الاجتماع (Ponzi etal,2011: 17).

وتعرف السمعة التنظيمية بانها مصطلح جماعي يشير إلى آراء جميع أصحاب المصلحة بخصوص سمعة المنظمة التي تشمل الهوية والصورة (Davies etal,2001:114). وهذا يعني الخصائص الرئيسية للمنظمة التي تعظم من خلالها مكانتها الاجتماعية (Schwaiger,2004:48). وان تقييمها يتم من خلال النظام الاجتماعي (Deephouse,2005:329). اما (Davies,2004:126) فيرى ان تعريف السمعة يعتمد على التفاعل العاطفي لاسم المنظمة، وانه يعتمد على الخبرة الحقيقية لها مقارنة مع صورتها التي تستخدم للإشارة الى الآراء المستقلة عن التجربة الفعلية. ويشير (Lange et al,2011:155) الى ان تحديد تعريف واضح للسمعة يتضمن ثلاثة مفاهيم، ادراك الاخرين للمنظمة، ونتائج اعمالها، و احكام الاخرين تجاهها.

وفي الاتجاه ذاته يشير (Saraeva etal,2017:24) ان ادراك السمعة ينطوي على جانبين يمثل الاول استخدام النواحي الادراكية او المعرفية مثل المعتقدات او الاحكام، اذ تُحدد السمعة من خلال منظور الشخص الذي يصدر الحكم. اما الثاني فهو استخدام النواحي العاطفية مثل المشاعر او الموقف لقياس الاداء والتي تعد مخرجات في ظروف معينة. مثل ثقة اصحاب المصلحة بالمنظمة فضلا عن مستوى الاحترام والاعجاب الذي يبديه هؤلاء تجاهها. وفي ذات السياق يرى (Clardy,2012:287) ان السمعة مجموعة من المعاني المبنية اجتماعيا والتي تطبق على المنظمة ويمكن قياسها كتفسيرات او اعتبارات كالقصص والحكايات او التقييمات. ويفسر (Trotta,2012;21-22) السمعة بأنها دمج لجميع التوقعات والتصورات والآراء الخاصة بالمنظمة والتي تم تطويرها بمرور الوقت من قبل الزبائن، والعاملين، والموردين، والمستثمرين، والجمهور بشكل عام فيما يخص صفات وخصائص وسلوك المنظمة، بناءً على الخبرة الشخصية أو الإشارات أو ملاحظة ممارسات المنظمة السابقة (Trotta,2012;21-22).

باحثين اخرين يفسرون السمعة التنظيمية من وجهة نظر الزبون وتقييمه الشامل للمنظمة استنادا الى قدرتها على تلبية احتياجاته، وتفاعلاته مع المنظمة او العاملين فيها (Walsh,2007:7; Walsh & Beatty,2007:129). لذلك فان السمعة التنظيمية تمثل تراكم



لمكانة المنظمة التي تنشئ وتحافظ على علاقات طويلة الأمد مع الزبائن وكذلك تمنح المنظمة ميزة تنافسية في مجال عملها (Chen & Chen,2009:66). ويميز (-152: Shamma,2012) بين صورة المنظمة وهويتها، فالصورة هي ما يعتقد الآخرون حول المنظمة، أما الهوية فهي تصورات أصحاب المصلحة الداخليين حول المنظمة. وترى الباحثتان السمعة التنظيمية بأنها معتقدات أصحاب المصلحة حول المنظمة والتي تتشكل بمرور الوقت نتيجة تعاملهم معها.

2. ابعاد السمعة التنظيمية

طور Fombrun et al وزملاؤه مقياس حاصل السمعة عام 2000 و يرى هؤلاء الباحثين ان المنظمة بناء متعدد الابعاد لذا فانه من المتوقع ان تكون السمعة متعددة الابعاد ايضا، لذلك فان اصحاب المصلحة يستخدمون هذه الابعاد عند الحكم على اداء المنظمة لذا فان السمعة بالنسبة اليهم هي التقييم الجماعي لقدرة المنظمة على تقديم نتائج ذات قيمة لمختلف اصحاب المصلحة (Fombrun et al,2000: 242-243). والابعاد هي:

(1) **الجاذبية العاطفية:** هي مشاعر الاحترام والتقدير والاعجاب والثقة التي يكنها الآخريين تجاه الشركة. (2) **المنتجات والخدمات:** قيام الشركة بتطوير منتجاتها وخدماتها ودعمها للإبداع، وتقديم منتجات وخدمات ذات جودة وموثوقية عاليتين. (3) **الرؤية والقيادة:** المدى الذي تكون في قيادة الشركة قوية ولديها رؤيا مستقبلية قادرة على اغتنام الفرص المستقبلية والاستفادة منها. (4) **بيئة مكان العمل:** الادارة الجيدة لمكان العمل، وبيئة العمل المناسبة بمعنى مدى توافر جودة حياة العمل. (5) **الأداء المالي:** الربحية القوية وانخفاض مستوى المخاطرة، وتفوق الشركة على منافسيها، فضلا عن امتلاكها مستقبل واعد للنمو.



المبحث الثالث

الجانب التطبيقي للبحث

اولاً: التحليل الوصفي والتوزيع الطبيعي لفقرات وابعاد متغيرات البحث: ان البحث هدف بالتعرف على مستوى فقرات وابعاد المتغيرات المبحوثة في المنظمة المبحوثة ، اذ سيتم قياس مستوى تطبيق الفقرات من خلال الوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية وان النسبة المعيارية للفقرات هي (0.60) للقبول، اما هل ان البيانات موزعة توزيع طبيعي سيتم اختبارها من خلال اسلوب الالتواء والتفطح واذا كانت قيم التفطح كانت اكبر من واحد عدد صحيح وان قيم الالتواء اقل من واحد عدد صحيح يدل على ان البيانات موزعة توزيع طبيعي. وهي كالآتي:

1. التحليل الوصفي والتوزيع الطبيعي للاستدامة التنظيمية: ان الاستدامة التنظيمية هي متغير مستقل تكونت من ثلاث ابعاد وهي (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، والاستدامة البيئية) اذ ان الاستدامة الاقتصادية والاستدامة الاجتماعية والبيئية تم قياسها من اربع فقرات. وحسب نتائج جدول (2) تبين ان الاستدامة التنظيمية قد حصلت على وسط حسابي (3.69) وبمستوى اهمية (0.74) وهذا يدل على وجود للاستدامة التنظيمية في المنظمة المبحوثة ، كما ان بُعد الاستدامة الاجتماعية قد حصل على مستوى اهمية (75%) وان الانحراف المعياري له اقل من واحد عدد صحيح وهو في الترتيب الأول، وان اعلى فقرة سُجلت (i7) والتي نصت (تضمن ادارة الشركة مستقبل موظفيها وسلامتهم من خلال توفير الرعاية الصحية والتقاعد والتأمين)، اما اقل فقرة سُجلت (i6) والتي نصت على (تساهم ادارة الشركة في دعم ورعاية مبادرات المجتمع من خلال الندوات والمؤتمرات وغيرها من الانشطة الخيرية). اما بُعد الاستدامة الاقتصادية فقد حصل على مستوى اهمية (74%) وهو في الترتيب الثاني، وان اعلى فقرة كانت الفقرة (i3) والتي نصت على (تتابع الإدارة العليا للشركة تقارير العمل ونسب الإنجاز). اما اقل فقرة سُجلت (i4) والتي نصت على (تعمل ادارة الشركة على تقييم الخطط والنشاطات المنفذة لتحديد الانحرافات بصورة مستمرة) كما ان بُعد الاستدامة البيئية سجل مستوى اهمية (72%) وهو في الترتيب الثالث، وان اعلى فقرة كانت (i10) والتي نصت على (ان الشركة تحرص على تقليل الاثار الناتجة عن المنتجات). اما اقل فقرة سُجلت (i12) والتي نصت على (تستطيع ادارة الشركة تحقيق اهدافها ضمن الوقت المحدد لها). ان قيم التفطح كانت جميع القيم اكبر من واحد عدد صحيح وان قيم الالتواء سجلت نسب اقل من واحد عدد صحيح وبهذا يدل على ان البيانات الابعاد موزعة توزيع طبيعي.



الجدول (2) التحليل الوصفي والتوزيع الطبيعي للاستدامة التنظيمية

Descriptive Statistics									
	Mean	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Rate	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Economic sustainability									
i1	3.69	1.00	5.00	0.74	1.074	-0.824	0.215	1.419	0.427
i2	3.59	1.00	5.00	0.72	1.101	-0.470	0.215	1.367	0.427
i3	3.91	1.00	5.00	0.78	1.035	-0.032	0.215	1.612	0.427
i4	3.57	1.00	5.00	0.71	1.172	-0.629	0.215	1.288	0.427
	3.69			0.74					
Social sustainability									
i5	3.71	1.00	5.00	0.74	0.985	-0.650	0.215	1.042	0.427
i6	3.40	1.00	5.00	0.68	1.071	-0.389	0.215	1.509	0.427
i7	4.16	2.00	5.00	0.83	0.858	-0.999	0.215	1.598	0.427
i8	3.76	2.00	5.00	0.75	0.990	-0.239	0.215	1.006	0.427
	3.76			0.75					
Environmental sustainability									
i9	3.70	1.00	5.00	0.74	1.143	-0.814	0.215	1.097	0.427
i10	3.77	1.00	5.00	0.75	1.017	-0.951	0.215	1.616	0.427
i11	3.53	1.00	5.00	0.71	1.174	-0.501	0.215	1.701	0.427
i12	3.47	1.00	5.00	0.69	1.194	-0.474	0.215	1.788	0.427
	3.62			0.72					
Organizational sustainability									
	3.69			0.74					

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)

2. التحليل الوصفي والتوزيع الطبيعي للسمعة التنظيمية: ان السمعة التنظيمية هي متغير تابع تكون من خمس ابعاد وهي (الجاذبية العاطفية، الخدمات والمنتجات، الرؤية والقيادة، بيئة مكان العمل، الاداء المالي) اذ تم قياسها من بين ثلاث واربع فقرات لكل بُعد. وحسب نتائج جدول (3) تبين ان متغير السمعة التنظيمية قد حصل على وسط حسابي (3.74) وبمستوى اهمية (0.75) وهذا يدل على وجود السمعة التنظيمية في المنظمة المبحوثة، كما ان الجاذبية العاطفية قد حصل على مستوى اهمية (81%) وهو في الترتيب الاول، وان اعلى فقرة سُجلت (i13) والتي نصت على (امتلك شعورا جيدا تجاه هذه الشركة)، اما اقل فقرة سُجلت (i15) والتي نصت على (لدي ثقة كبيرة بهذه الشركة) اما بُعد بيئة مكان العمل قد حصل على مستوى اهمية (79%) وهو في الترتيب الثاني، وان اعلى فقرة كانت الفقرة (i25) والتي سجل مستوى اهمية (0.84) ونصت على (ان الشركة تمتلك موظفين جيدين). اما اقل فقرة سُجلت (i23) والتي نصت على (تمتلك الشركة إدارة جيدة) كما ان بُعد المنتجات والخدمات سجل مستوى اهمية (75%) وهو في الترتيب الثالث، وان اعلى فقرة كانت (i18) والتي نصت على الشركة تقدم منتجات ذات جودة عالية. اما اقل فقرة سُجلت (i17) والتي نصت على (تطور الشركة وتقدم منتجات وخدمات مبتكرة)، اما بُعد الاداء المالي سجل مستوى اهمية (71%) وهو في الترتيب الرابع، وان اعلى



فقرة كانت (i26) والتي نصت على (للشركة تاريخ ربحي جيد). اما اقل فقرة سُجلت (i29) والتي نصت على (يبدو ان الشركة ان لديها افاقا للنمو المستقبلي)، كما ان بُعد الرؤية والقيادة سجل مستوى اهمية (68%) وهو في الترتيب الخامس، وان اعلى فقرة كانت (i20) والتي نصت على (ان الشركة لديها قيادة متميزة)، اما اقل فقرة سُجلت (i21) والتي نصت على (تمتلك الشركة رؤية مستقبلية واضحة).

ان قيم التفلطح كانت جميع القيم اكبر من واحد عدد صحيح وان قيم الالتواء سجلت نسب اقل من واحد عدد صحيح وبهذا يدل على ان البيانات الابعاد موزعة توزيع طبيعي.
الجدول (3) التحليل الوصفي والتوزيع الطبيعي السمعة التنظيمية

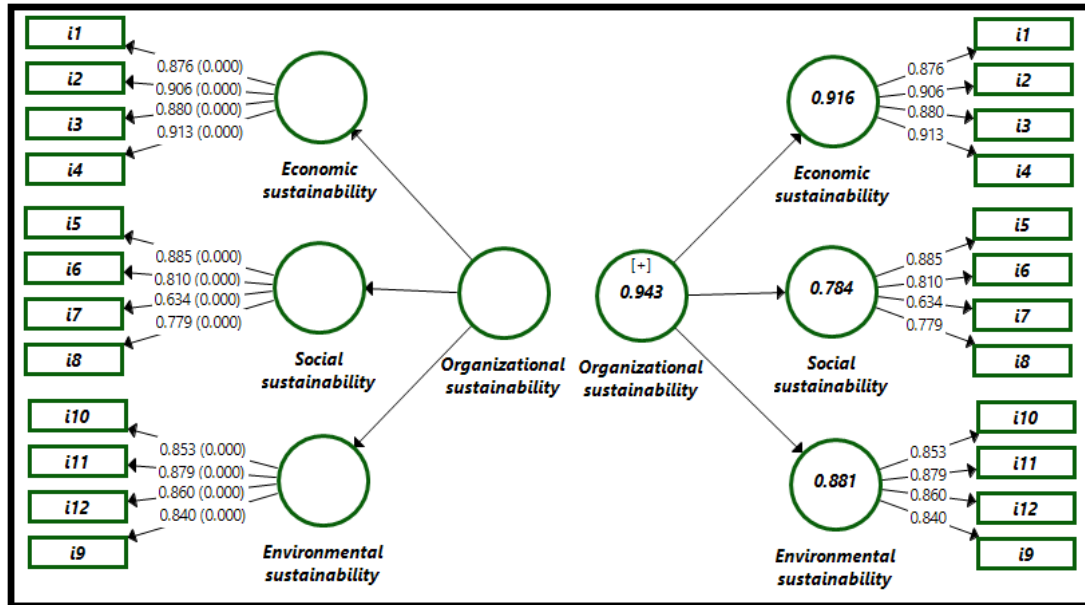
Descriptive Statistics									
	Mean	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis		
	Statistic	Statistic	Statistic	Rate	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Emotional Appeal									
i13	4.24	2.00	5.00	0.85	0.831	-0.059	0.215	1.769	0.427
i14	4.17	1.00	5.00	0.83	0.871	-0.209	0.215	1.513	0.427
i15	3.82	1.00	5.00	0.76	1.130	-0.810	0.215	1.170	0.427
	4.06			0.81					
Products and Services									
i16	4.02	1.00	5.00	0.80	0.988	-0.152	0.215	1.051	0.427
i17	3.47	1.00	5.00	0.69	1.160	-0.536	0.215	1.407	0.427
i18	4.07	1.00	5.00	0.81	0.837	-0.288	0.215	2.900	0.427
i19	3.65	1.00	5.00	0.73	1.049	-0.604	0.215	1.407	0.427
	3.73			0.75					
Vision & Leadership									
i20	3.47	1.00	5.00	0.69	1.284	-0.670	0.215	1.585	0.427
i21	3.21	1.00	5.00	0.64	1.166	-0.486	0.215	1.606	0.427
i22	3.46	1.00	5.00	0.69	1.180	-0.689	0.215	-0.372	0.427
	3.38			0.68					
Workplace Environment									
i23	3.56	1.00	5.00	0.71	1.226	-0.782	0.215	1.295	0.427
i24	4.11	1.00	5.00	0.82	0.828	-0.061	0.215	1.500	0.427
i25	4.20	1.00	5.00	0.84	0.770	-0.325	0.215	2.955	0.427
	3.96			0.79					
Financial Performance									
i26	3.97	1.00	5.00	0.79	1.076	-0.141	0.215	1.746	0.427
i27	3.39	1.00	5.00	0.68	1.062	-0.140	0.215	1.852	0.427
i28	3.54	1.00	5.00	0.71	1.075	-0.736	0.215	1.193	0.427
i29	3.33	1.00	5.00	0.67	1.222	-0.182	0.215	1.058	0.427
	3.56			0.71					
Organizational reputation									
	3.74			0.75					

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)



ثانياً: التناسق الداخلي لفقرات متغيرات البحث: لغرض اختبار التأثير بين الأبعاد والمتغيرات لا بد من ان يتم التأكد من ان هناك تناسق في اجابات العينة وسيتم اختبار التناسق الداخلي من خلال التحليل العاملي التوكيدي، باستخدام البرنامج الاحصائي (Smart PIs) وان الفقرة التي تحصل على نسبة تشبع مستوى معنويتها تقل عن (0.05) تعد مقبولة، ويدل على هناك تناسق في اجابات العينة التي يعكسها الوضوح والانتماء للهدف المراد قياسه فضلا عن الاختيار المناسب للعينة وكفاية حجمها، وهي كالآتي:

1. **التحليل العاملي التوكيدي وثبات الفقرات لفقرات الاستدامة التنظيمية:** ان الاستدامة التنظيمية هي متغير مستقل تكونت من ثلاث ابعاد وهي (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، والاستدامة البيئية) اذ ان الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية تم قياسها من اربع فقرات، ، وان نسبة التشبع تظهر في الشكل (1) على الاسهم المتصلة بين الفقرة وبعدها على الجهة اليسرى من الشكل اعلاه، وحسب النتائج فان جميع فقرات المتغير للأبعاد الثلاثة حققت مستويات معنوية كانت ادنى من (0.05)، وعلى وفق هذه النتائج يدل على ان هناك تناسق في اجابات العينة. اما ثبات المقياس تم قياسه من خلال الفا كرونباخ وتظهر في الجانب الايمن من الشكل اعلاه واطهرت النتائج جميع الابعاد قد حصلت على نسب اعلى من (0.68) لذا تعد ثابتة.



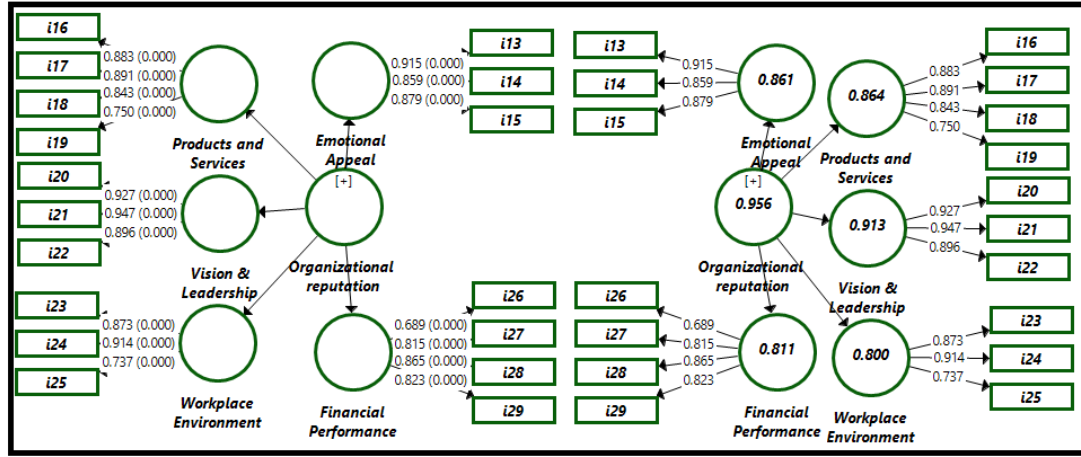
الشكل (1) التحليل العاملي التوكيدي لفقرات الاستدامة التنظيمية

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)

2. **التحليل العاملي التوكيدي لفقرات السمعة التنظيمية:** ان السمعة التنظيمية هي متغير تابع تكون من خمس ابعاد وهي (الجاذبية العاطفية، الخدمات والمنتجات، الرؤية والقيادة، بيئة مكان العمل، الاداء المالي) اذ تم قياسها من ثلاث واربع فقرات فقرات لكل بعد، وان نسبة التشبع تظهر في الشكل (2) على الاسهم المتصلة بين الفقرة وبعدها، وحسب النتائج فان جميع فقرات المتغير للأبعاد الخمسة حققت مستويات معنوية كانت ادنى من (0.05)، وعلى وفق هذه النتائج يدل على ان هناك تناسق في اجابات العينة. اما ثبات المقياس تم قياسه من خلال الفا كرونباخ



وتظهر في الجانب الايمن من الشكل اعلاه واطهرت النتائج جميع الابعاد قد حصلت على نسب اعلى من (0.68) لذا تعد ثابتة.

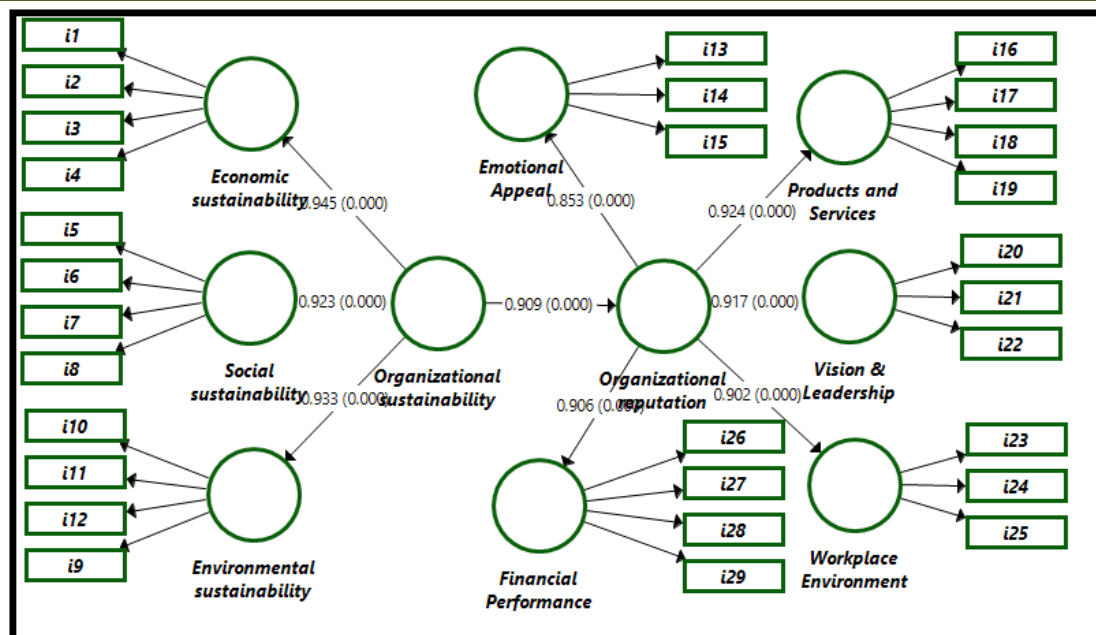


الشكل (2) التحليل العاملي التوكيدي لفقرات السمعة التنظيمية

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)

ثالثاً: اختبار فرضيات التأثير: بعد ان تم التأكد من ان هناك تناسق داخلي بين اجابات العينة وثبتت المقياس صلاحيته فلا بد ان يتم التعرف على الهدف الاساسي للبحث وهو اختبار فرضيات التأثير التي افترضتها الباحثان في منهجية البحث وهي فرضيتان اذ تبدا من الفرضية التي نصت على وجود تأثير للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية، وثانية نصت على وجود تأثير لأبعاد الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية، وسيتم استخدام برنامج (Smart pls) في اختبار الفرضيات بأسلوب المربعات الصغرى، ويتم قبول الفرضية بالاعتماد على مستوى معنوية (0.05)، واختبار الفرضيات كالاتي:

1. **الفرضية الاولى:** افترضت الباحثان بوجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية، وان هذا يفترض ان كلما تغيرت الاستدامة التنظيمية بمستواها سوف يؤدي تغيير ايجابي او سلبي على السمعة التنظيمية، وحسب نتائج الجدول (4) والشكل (3) ان نتائج اختبار الانحدار البسيط بين الاستدامة التنظيمية والسمعة التنظيمية ان مقدار التأثير قد بلغ (0.909) وهذا يعني ان المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع وبمستوى معنوي لان مستوى المعنوية المتحققة اقل من (0.05) وعلى هذه النتائج تقبل هذه الفرضية. كما ان معامل التحديد (R^2) اظهر ان الاستدامة التنظيمية تفسر من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية بمقدار (0.82) وهذا يدل على جودة البيانات.



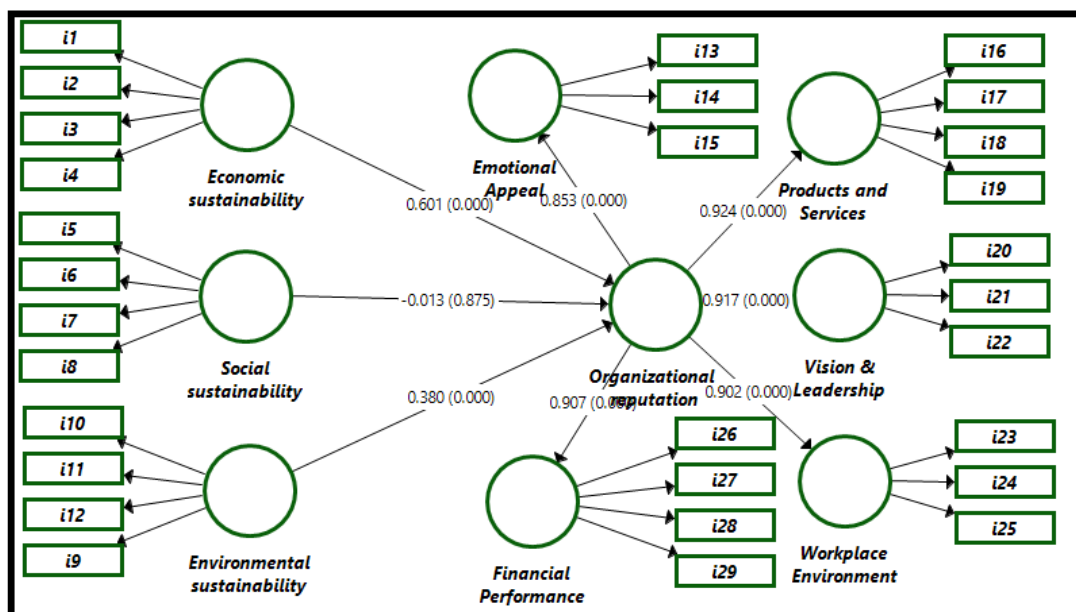
الشكل (3) معامل التأثير للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)

الجدول (4) نتائج التأثير للاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية

	Original Sample (O)	R	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Organizational sustainability -> Organizational reputation	0.909	0.91	0.015	59.163	0.000

2. **الفرضية الثانية:** افترضت الباحثان بوجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية، وان هذا يفترض ان كلما تغيرت ابعاد الاستدامة التنظيمية بمستواها سوف يؤدي تغيير ايجابي او سلبي على السمعة التنظيمية، وحسب نتائج الجدول (5) والشكل (4) ان نتائج اختبار الانحدار المتعدد بين ابعاد الاستدامة التنظيمية و السمعة التنظيمية، اما تأثير ابعاد الاستدامة التنظيمية وحسب الجدول (5) وتم اختبارها بأسلوب الانحدار المتعدد اظهر ان الاستدامة الاقتصادية له تأثير في السمعة التنظيمية بمقدار (0.60) وهو تأثير ايجابي وذو مستوى معنوية مقبولة استنادا الى مستوى المعنوية المتحققة التي هي اقل من (0.05). كما ان الاستدامة الاجتماعية لها تأثير في السمعة التنظيمية بمقدار (0.013) وهو تأثير سلبي وليس ذو مستوى معنوية مقبولة استنادا الى مستوى المعنوية المتحققة التي هي اكبر من (0.05). ان الاستدامة البيئية لها تأثير في السمعة التنظيمية بمقدار (0.38) وهو تأثير ايجابي وذو مستوى معنوية مقبولة استنادا الى مستوى المعنوية المتحققة التي هي اقل من (0.05). ان معامل التحديد (R^2) اظهر ان الاستدامة التنظيمية وابعادها تفسر من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية بمقدار (0.85) وهذا يدل على جودة البيانات.



الشكل (4) معامل التأثير لأبعاد الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية

المصدر: اعتماد الباحثان على مخرجات برنامج (Smart pls)

الجدول (5) معامل التأثير لأبعاد الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية

	Original Sample (O)	R	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Economic sustainability -> Organizational reputation	0.601	0.613	0.078	7.656	0.000
Social sustainability -> Organizational reputation	-0.013	-0.020	0.080	0.167	0.867
Environmental sustainability -> Organizational reputation	0.380	0.376	0.067	5.652	0.000



المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

يستعرض هذا المبحث ما توصلت اليه الدراسة من استنتاجات وتوصيات وكما يأتي:

أولاً : الاستنتاجات

1. لقد جاءت نتائج هذه الدراسة لتؤكد نتائج الدراسات السابقة من ان هناك علاقة بين الاستدامة التنظيمية والسمعة التنظيمية، وان الاستدامة تؤثر وبشكل ايجابي في سمعة المنظمات.
2. تبين ان الشركة المبحوثة تتبنى مستويات لابس بها من الاستدامة التنظيمية فهي تهتم بالاستدامة الاجتماعية اذ تعمل على توفير الرعاية الصحية للعاملين والتقاعد وغيره، وربما يعود هذا الامر ان الشركة مملوكة للدولة وبالتالي فان توفير امور مثل هذه يعود بالدرجة الاساس الى التعليمات والدعم الحكومي. في حين ظهر ان الشركة المبحوثة لديها اهتمام منخفض بالأنشطة الاجتماعية ورعاية المبادرات الاجتماعية وعقد الندوات والمؤتمرات الخاصة بذلك.
3. فيما يخص الاستدامة الاقتصادية اظهرت نتائج الدراسة ان الشركة المبحوثة لديها اهتمام بجوانب معينة بهذا البعد من الاستدامة فهي تتابع الاعمال ونسب الانجاز للأنشطة التي تقوم بانجازها، ولكن من جانب اخر لديها مستوى منخفض في تقييم الخطط والأنشطة ولغرض العمل على كشف الانحرافات.
4. اظهرت نتائج الدراسة ان الشركة المبحوثة لديها اهتمام منخفض ببعد الاستدامة البيئية، فقد جاء هذا البحث بالمرتبة الثالثة من بين الابعاد الاخرى. مما يعني ان هناك اهتمام ضعيف من قبل ادارة الشركة بموضوع البيئة و ما تتركه من اثار على المجتمع والمحيط.
5. اظهرت نتائج الدراسة ان الشركة تتمتع بمستوى سمعة تنظيمية عال لدى العاملين فيها، فهم يشعرون بالرضا تجاهها، ويشعرون انها مكان مناسب للعمل كما انهم يثقون بها وبما تقدمه من منتجات. لكن من جانب اخر هناك ضعف في مستوى قيادة الشركة فالعاملين يرون ان الشركة تفتقر الى الرؤية المستقبلية بخصوص وجودها.

ثانياً: التوصيات: من اجل تعزيز السمعة التنظيمية في الشركة المبحوثة على الادارة العليا الاهتمام بما يلي:

- 1- المحافظة على السمعة التنظيمية من خلال رفع مستوى الاهتمام بالاستدامة التنظيمية .
 - 2- الاستمرار في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تتسجم مع البيئة الخارجية والاستمرار في تحقيق الارباح مقارنة بالمنافسين .
 - 3- يجب ان تساهم ادارة الشركة في دعم مبادرات المجتمع والمشاركة في الاعمال الخيرية.
 - 4- يجب ان تعمل الشركة على تقليل استخدام الموارد المحدودة وتعتمد على الطاقة المتجددة بشكل طبيعي والعمل على تقليل الاثار السلبية للمنتجات التي تقدمها للمجتمع.
 - 5- الاهتمام اكثر بأبعاد الاستدامة التنظيمية كونها تؤثر على سمعة الشركة بشكل مباشر.
- وتوافقا مع نتائج العديد من البحوث والدراسات السابقة (, Irima, 2012:164; Shamma, 2019:7; Jančiauskaitė et al, 2019: 103; 2014) توصي الباحثان بإجراء المزيد من الدراسات



والبحوث حول علاقة الاستدامة التنظيمية بالسمعة التنظيمية وخصوصا في القطاع الخاص مع
توسيع حجم العينة.

المصادر

اولا: المصادر العربية

1. آلبيرن، كاترين و بوربالان، جان كلود، (2017)، الهوية والهويات- الفرد، الزمرة، المجتمع، ج1، دار الفرقد، دمشق
2. الحدراوي، رافد، الذبحاوي، عامر عبد كريم و الزبيدي، حيدر. (2020). دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الاستدامة التنظيمية دراسة استطلاعية في معمل سمنت النجف الاشراف *اداب الكوفة*، (1)43-18-1.
3. الشامي، لبنان هاتف & نوري ، اسراء علاء الدين. (2019). واقع التنمية المستدامة في العراق: المعوقات والتحديات واستراتيجيات التطوير *Journal of Baghdad College of Economic sciences University, 2019(conference-8)*.
4. الطائي، يوسف حجيم سلطان، الجنابي، سجاد محمد عطية و الذبحاوي، عامر عبد كريم (2015). إدارة الحكمة و دورها في تحقيق الإستدامة لمنظمات الأعمال: دراسة تحليلية لأراء عينة من القيادات في جامعة الكوفة، مجلة الغري للعلوم الادارية والاقتصادية، (12)35، 205-227
5. الفتلاوي، ميثاق هاتف، (2012)، تأثير مكانة المنظمة في تحقيق الاداء المتميز من خلال الدمج المنظمي: دراسة حالة جامعة كربلاء، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد

ثانيا: المصادر الاجنبية

1. Alniacik, E., Alniacik, U., & Erdogmus, N. (2012). How do the dimensions of corporate reputation affect employment intentions?. *Corporate Reputation Review, 15*(1), 3-19.
2. Amini, M., & Bienstock, C. C. (2014). Corporate sustainability : an integrative definition and framework to evaluate corporate practice and guide academic research. *Journal of Cleaner Production, 76*, 12-19.
3. Balan, D. A., & Burlea-Schiopoiu, A. (2017). The development of a corporate reputation metric: A customer perspective. *Major challenges of today's economy*, 595-606.
4. Bass, K. (2018). Organizational Reputation: For Public Organizations.
5. Baumgartner , R. J., & Rauter, R. (2017). Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. *Journal of Cleaner Production , 140*, 81-92.
6. Baybars-Hawks, B., & Samast, O. (2013). New challenges, new opportunities: interdisciplinary perspectives on reputation management. *Turkey: Reputation Management Institute*.
7. Bekele ,Addis ,(2013); " Assessment of food retail business sustainability :The case of Konsum Värmland " ; Masters thesis , Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences



8. Chen, C. C. (2011). *The use of corporate reputation in the development of brand image strategy in the Taiwanese pharmaceutical industry* (Doctoral dissertation, Brunel University Brunel Business School PhD Theses).
9. Clardy, A. (2012). Organizational reputation: Issues in conceptualization and measurement. *Corporate Reputation Review*, 15(4), 285-303.
10. Davies, G., Chun, R., da Silva, R. V., & Roper, S. (2001). The personification metaphor as a measurement approach for corporate reputation. *Corporate reputation review*, 4(2), 113-127.
11. Davies, G., Chun, R., da Silva, R. V., & Roper, S. (2004). A corporate character scale to assess employee and customer views of organization reputation. *Corporate reputation review*, 7(2), 125-146.
12. Deephouse, D. L., & Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of management Studies*, 42(2), 329-360.
13. Dollinger, M. J., Golden, P. A., & Saxton, T. (1997). The effect of reputation on the decision to joint venture. *Strategic management journal*, 18(2), 127-140.
14. Esenyel, V., & Emeagwali, O. (2019). The relationship between perceived corporate reputation and employee's positive word of mouth behavior: The mediation effect of trust to managers. *Management Science Letters*, 9(5), 673-686.
15. Feldman, P. M., Bahamonde, R. A., & Velasquez Bellido, I. (2014). A new approach for measuring corporate reputation. *Revista de Administracao de empresas*, 54, 53-66.
16. Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of brand management*, 7(4), 241-255.
17. Gatzert, N. (2015). The impact of corporate reputation and reputation damaging events on financial performance: Empirical evidence from the literature. *European management journal*, 33(6), 485-499.
18. -Hartman, E.M. (2014), " The role of character in business ethic ", Business Ethics Quarterly , Vol. 8 No. 3,pp. 47-59.
19. Hendriks, M. (2016). *Organizational reputation, organizational attractiveness and employer branding: clarifying the concepts* (Master's thesis, University of Twente).
20. Irina, I. (2014). Corporate Reputation's Place In Measuring Business Performance. *Yearbook of the Gheorghe Zane Institute of Economic Researches-JASSY/Anuarul Institutului de Cercetări Economice Gheorghe Zane'Iași*, 23(1).
21. Jančiauskaitė, L., Lasickaitė, K., & Ripkauskaitė, A. (2020). Corporate sustainability impact on reputation and customer behaviour. In *14th prof. Vladas Gronskas International scientific conference* (pp. 19-26).
22. Kanto, D. S. (2017). Corporate Reputation: Empirical Tests Of The Measurement And Link To Prior Financial Performance In The Malaysian



- Banking Industry. *International Journal of Business, Economics, and Law*, 13(3), 11-18.
23. Lamsam, N. (2020). Effect of Corporate Sustainability on Corporate Reputation and Firm Performance of Companies in Thailand. *Asian Social Science*, 16(11), 1-31.
 24. Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. (2011). Organizational reputation: A review. *Journal of management*, 37(1), 153-184.
 25. -Masocha , R. (2019). *Isomorphism and Sustainable Development Practices of Small Businesses in Limpopo Province, South Africa* (Doctoral dissertation , University of Limpopo)
 26. Money, K., Saraeva, A., Garnelo-Gomez, I., Pain, S., & Hillenbrand, C. (2017). Corporate reputation past and future: A review and integration of existing literature and a framework for future research. *Corporate Reputation Review*, 20(3), 193-211.
 27. Özlem, T. U. N. A., & Kiliç, İ. The effect of environmental and social sensitivities on corporate reputation. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 255-270.
 28. Pires, V., & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. *Revista de Gestão*.
 29. Pollák, F., Dorčák, P., & Markovič, P. (2019). Reputation management. *Promotion and Marketing Communications*, 53-72.
 30. Ponzi, L. J., Fombrun, C. J., & Gardberg, N. A. (2011). RepTrak™ pulse: Conceptualizing and validating a short-form measure of corporate reputation. *Corporate reputation review*, 14(1), 15-35.
 31. Rahardjo , H. , Idrus, M. S., Hadiwidjojo, D., & Aisjah, S. (2013). Factors that determines the success of corporate sustainability management. *Journal of Management Research*, 5(2), 1.
 32. Ramos-González, M. D. M., Rubio-Andrés, M., & Sastre-Castillo, M. Á. (2017). Building corporate reputation through sustainable entrepreneurship: The mediating effect of ethical behavior. *Sustainability*, 9(9), 1663.
 33. Rebitzer G. & Ekvall T. & Frischknecht R. & D. Hunkeler & G. Norris & T. Rydberg & W.-P.Schmidt & S. Suh & B.P. Weidema & D.W. Pennington, 2004,"Life cycle assessment Part 1: Framework, goal and scope definition, inventory analysis, and applications ", Published in *Environment International* 30, issue 5.
 34. -Santos , J. R., Anunciação, P. F., & Svirina, A. (2013). A tool to measure organizational sustainability strength. *Journal of Business Management* , 7, 105-117.
 35. Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation— An empirical study. *Schmalenbach business review*, 56(1), 46-71.
 36. Shamma, H. M. (2012). Toward a comprehensive understanding of corporate reputation: Concept, measurement and implications. *International Journal of Business and Management*, 7(16), 151.



37. Trotta, A., & Cavallaro, G. (2012). Measuring corporate reputation: A framework for Italian banks. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 4(1), 21-30.
38. Walsh, G., & Beatty, S. E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: scale development and validation. *Journal of the academy of marketing science*, 35(1), 127-143.
39. Walsh, G., Mitchell, V. W., Jackson, P. R., & Beatty, S. E. (2009). Examining the antecedents and consequences of corporate reputation: A customer perspective. *British journal of management*, 20(2), 187-203.
40. Wang, Y., Kandampully, J. A., Lo, H. P., & Shi, G. (2006). The roles of brand equity and corporate reputation in CRM: a Chinese study. *Corporate Reputation Review*, 9(3), 179-197.
41. Wijethilake, C. (2017). Proactive sustainability strategy and corporate sustainability performance : The mediating effect of sustainability control systems. *Journal of environmental management* , 196 , 569-582.
42. Yuan, Yulan Y., 2013, " Adding environmental sustainability to the management of event tourism " , *International Journal of Culture , Tourism and Hospitality Research*, VOL. 7 NO. 2, pp. 175-183.
43. -Zawawi , N. F. M., & Abd Wahab, S. (2019). Organizational sustainability : a redefinition?. *Journal of Strategy and Management*.