ثقافة الريادة في ظل التنمية المستدامة

"دراسة ميدانية على شركة سوناطراك البترولية الجزائرية"

Entrepreneurship Culture in light of sustainable development

"A Field Study On Algerian Sonatrach Oil Company "

أ.د. زكـريا مطلك الـدوري Pro.Dr.Zakaria M.Al-douri

جامعة ديالى Unversity of Diyala

كلية الادارة والاقتصاد College Of Administroution

البريد الالكتروني zaldouri@yahoo.com

الباحث :ابو بكر احمد ابو سالم Abu Buker Salim

جامعة الاغواط . الجزائر Al-Aghwat University-Algeria

ملخـص

سعت هذه الدراسة إلى تحديد دور ثقافة الريادة في تحقيق التنمية المستدامة "**دراسة ميدانيـة علـى شـركة سـوناطراك البتروليـة الجزائريـة**" وقد تحـددت الدراسـة بمتغير مستقل تمثل في (ثقافة الريادة) ومتغير تابع (التنمية المستدامة) بأبعادها الثلاثة التي تمثلت في (التنمية الاقتصادية، التنمية الاجتماعية، التنمية البيئية)، ولتحقيق أهداف الدراسـة تـم تطـوير إسـتبانة لغـرض جمـع البيانـات مـن أفـراد العينـة، وبلـغ تعـدادها (٣٨٣) مفردة، وتم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الإستبانة، اعتمادا على الانحدار وغيرها، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها:

١.أن هنـاك دور ذو دلالـة إحصـائية عنـد مسـتوى دلالـة ($\alpha \leq ٠,٠٥$) لثقافـة الريـادة لشركة سوناطراك البترولية في تحقيق التنمية الاقتصادية.

٢.أن هناك دوراً ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq ٠,٠٥$) لثقافة الريادة لشركة سوناطراك البترولية في تحقيق التنمية الاجتماعية.

٣.أنه لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq ٠,٠٥$) لثقافة الريادة لشركة سوناطراك البترولية في تحقيق التنمية البيئية.

وتوصي الدراسة بضرورة تنمية ثقافة الريادة في الشركة المبحوثة والعمل على التطبيق العملي لمبادئ ISO١٤٠٠٠ واحترام البيئة بمراعاتها لجانب المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility).

الكلمات الدالة: ثقافة الريادة، التنمية المستدامة، التنمية الاقتصادية، التنمية الاجتماعية، التنمية البيئية.

المقدمة:

في ظل المتغيرات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال والضغوط المرافقة للمنافسة العالمية (Global Competitiveness)، تولي العديد من المنظمات الاهتمام لتبني المفاهيم الإدارية الحديثة للوصول إلى الميزة التنافسية وتحقيق رفاهية المجتمع ومن ثم المساهمة في تحقيق تنمية مستدامة، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تطورات هائلة كان لها انعكاساتها الإيجابية على الممارسات الإدارية المختلفة ويعتبر موضوع ثقافة الريادة (Entrepreneurship Culture) من المواضيع الإدارية الحديثة التي لم تحظَ بالاهتمام الكافي من قبل الدارسين والباحثين في الدول العربية وفي الجزائر على وجه الخصوص.

حيث تسعى أي منظمة إلى خلق القيمة (Create Value) لتحتل موقعا تنافسيا متميزا، وسعيا في الوصول إلى هذا الهدف لابد لها من أن تتبع نموذج عمل (Business Model) يضمن التناغم السليم بين الإستراتيجيات الريادية المختلفة.

وإن موضوع التنمية المستدامة لم يعد طرحا للدول والمنظمات والأفراد بخصوص اختياره أو التخلي عنه، بل هو حتمية لا يمكن الوقوف ضدها، لذا نجد الدول والمنظمات تسعى لإيجاد المداخل المختلفة التي تساهم في الوصول إلى التنمية

المستدامة، إيمانا منها بتأثيراتها الكبيرة على مختلف جوانب الحياة، وتختلف المداخل وتتفاوت في هذا السعي من منظمة الى أخرى حسب إمكانياتها، ونوع القائمين عليها، إلا أن هناك عدة أمور يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار من بينها ضرورة تبني مدخل ثقافة الريادة كآلية لتحقيق التنمية المستدامة.

ويتضمن البحث اربعة محاور رئيسة، فالمحور الاول يتناول الاطار المنهجي للبحث، ويركز المحور الثاني على الاطار النظري، في حين خصص المحور الثالث للجانب العملي وتفسير النتائج واختبار الفرضيات، واختتم البحث في محوره الرابع بالتأكيد على اهم الاستنتاجات والتوصيات.

المحور الاول:الاطار المنهجي للبحث

أولا: مشكلة الدراسة

استمدت مشكلة الدراسة من خلال الإطلاع على الأدبيات والدراسات الأجنبية السابقة المتعلقة بثقافة الريادة (Antoncic,٢٠٠٣:١٩) وما يقترن بها من موضوعات ذات صلة قريبة منها؛ وذلك بهدف تحديد دورها في تحقيق التنمية المستدامة، والتي على الرغم من شيوع مفاهيمها في الآونة الأخيرة إلا أن هناك نقص معرفي في إيجاد المداخل والآليات المناسبة التي تساعد على الوصول إلى تحقيقها، ومن هنا فإن التساؤل الرئيسي يتبلور في:

"ما مستوى ثقافة الريادة في شركة سوناطراك البترولية؟ و ماهو دورها في تحقيق التنمية المستدامة؟."

وينبثق عن هذا الإشكال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما مستوى ثقافة الريادة في شركة سوناطراك البترولية الجزائرية؟.
- هل هناك دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاقتصادية؟.
- هل هناك دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاجتماعية؟.
- هل هناك دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة لمستوى ثقافة الريادة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟.

ثانيا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في تسليطها الضوء على موضوع في غاية الأهمية، وهو ثقافة الريادة لشركة سوناطراك في ظل التنمية المستدامة، إضافة لما ستضيفه هذه الدراسة من إثراء معرفي للأدب الإداري والاقتصادي، كما تستمد الدراسة أهميتها من :

١.يحتل موضوع ثقافة الريادة موضعا بالغ الأهمية في الفكر الإداري المعاصر ويمثل حقلا خصبا لكثير من البحوث والدراسات، من خلال استعراض الدراسات السابقة (Correa,١٩٩٨:٥) التي لم تتطرق لدراسة دور ثقافة الريادة في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها المختلفة (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي).

٢.محاولة لفت أنظار القائمين على الاقتصاد الجزائري إلى أهمية ثقافة الريادة في الشركات والدور الذي يمكن أن تلعبه في تطوير وضعية الاقتصاد، وخاصة أن العديد من الدراسات الأجنبية (Albert,٢٠٠٠:٦٨) أكدت على ضرورة تبني ثقافة ريادية للوصول إلى التنمية المستدامة.

ثالثا: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقق الأهداف الرئيسية التالية:

١.قياس مستوى ثقافة الريادة في شركة سوناطراك البترولية الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين.

٢.قياس دور ثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاقتصادية.

٣. قياس دور ثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاجتماعية.

٤. قياس دور ثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية.

٥.توضيح فروقات تصورات المبحوثين لثقافة الريادة والتي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية.

رابعا: فرضيات الدراسة

استنادا إلى مشكلة الدراسة وما أتت به الدراسات السابقة فقد صيغت فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

تهتم هذه الدراسة باختبار فرضيتين رئيسيتين هما:

١- **الفرضية الرئيسية الأولى:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية المستدامة.

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية صيغت على النحو الآتي:

أ. **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاقتصادية.

ب. **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاجتماعية.

ج. **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية.

٢- **الفرضية الرئيسية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة لمستوى ثقافة الريادة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية .

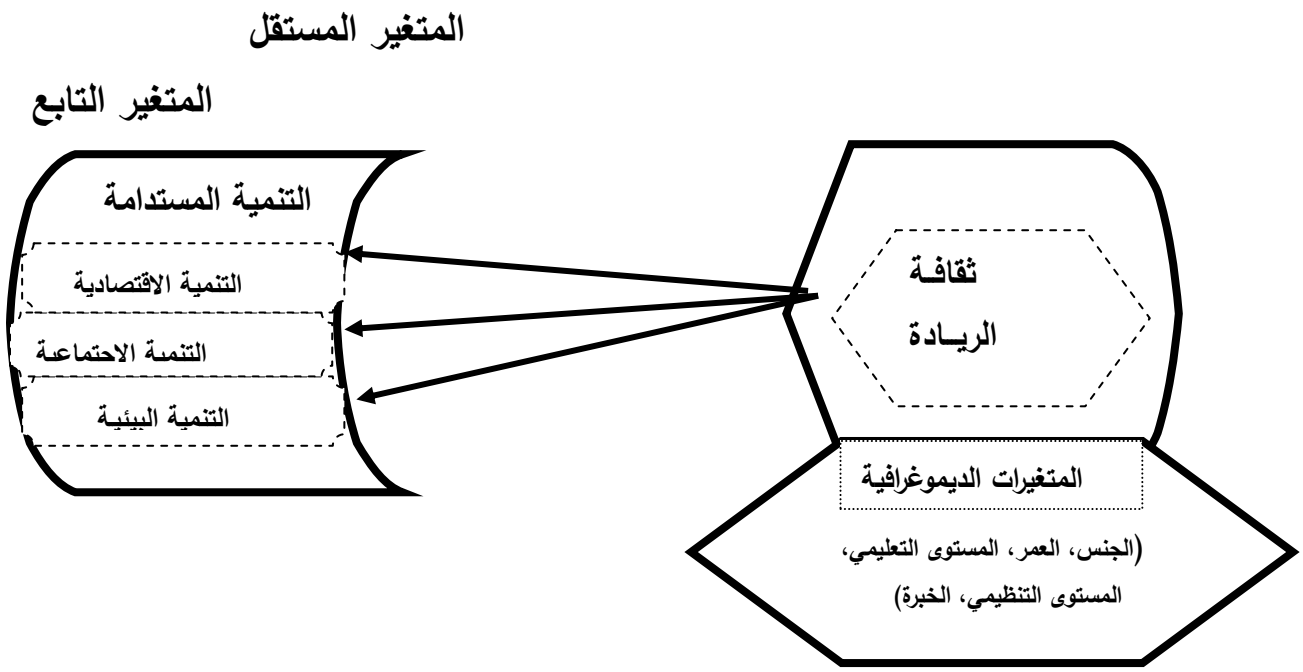
خامسا: المخطط الإجرائي للدراسة

ويتبين من المخطط ما يلي:

١- يشمل متغيرين رئيسين هما: المتغير المستقل **(ثقافة الريادة)** والمتغير التابع **(التنمية المستدامة)** بالإضافة إلى **(المتغيرات الديموغرافية)**، وأن المتغير التابع

يشمل مجموعة من المتغيرات الفرعية (التنمية الاقتصادية، التنمية الاجتماعية، التنمية البيئية).

٢-إن حركة المخطط تفترض وجود دور مباشر للمتغير المستقل **(ثقافة الريادة)** في المتغير التابع **(التنمية المستدامة)** بمختلف أبعادها الثلاثة، وذاك الذي يشير إليه السهم في المخطط أعلاه.



الشكل رقم (١) المخطط الإجرائي للدراسة

سادسا: التعريفات الإجرائية Keywords

إن المتغير المستقل **(ثقافة الريادة)** والمتغير التابع **(التنمية المستدامة)** وأبعاده المختلفة تحتاج إلى تعريفات إجرائية، وهي كما يأتي:

١- ثقافة الريادة Entrepreneurship Culture

هي تبني لإستراتيجيات إدارية قادرة على إيجاد نوع من التناغم بين ماهو متوفر من معرفة كلية وبين القدرات الفنية المختلفة التي توصلنا إلى مركز تنافسي قوي يمكن من خلاله الولوج إلى عالم المنظمات المتميزة.

٢- التنمية المستدامة Sustainable Development

هي التنمية التي تلبي الاحتياجات الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على الوفاء باحتياجاتها الخاصة. وقد تم اعتماد تعريف أبعاد التنمية المستدامة كما يأتي:

أ – التنمية الاقتصادية Economic Development

يتمحور البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة حول الانعكاسات الراهنة والمستقبلية للاقتصاد على البيئة.

ب – التنمية الاجتماعية Social Development

يمثل هذا البعد في الجانب الإنساني بالمعنى الضيق، إذ يجعل من النمو وسيلة للالتحام الاجتماعي، وضرورة اختيار الإنصاف بين الأجيال.

ج – التنمية البيئية Environmental Development

يتمثل البعد البيئي للتنمية المستدامة في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستدام، والتنبؤ لها قد يحدث للنظم الايكولوجية من جراء التنمية، وذلك بغرض الاحتياط والوقاية.

سابعا: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد الإداريين بشركة سوناطراك والبالغ عددهم ١٢٠٠٠ عامل في مجمل وحدات الأعمال (Business Unites) لتكون مجال لتطبيق الدراسة على اعتبار أن هذه الشركة تقع ضمن بيئة عربية، وأنها تتميز بأساليب إدارية حديثة بشكل يجعلها أكثر تميزا عن غيرها من الشركات الأخرى وذلك لطبيعة النشاط الذي تمارسه، وبهذا تكون مجال مناسب لتطبيق ودراسة الموضوع.

وسيعتمد الباحثون في هذه الدراسة على عينة عشوائية من خلال الرجوع إلى كتاب (Uma Sekran,٢٠٠٣:٢٩٤)، حيث بين الجدول الإحصائي أن حجم العينة المتوافق مع حجم العينة المحصور بين (١٠٠٠٠ و١٠٠٠٠٠٠) هو ٣٨٣ مفردة تم توزيعها على عينة الدراسة وأستعيد منها ٣٥٢ إستبانة وهذا ما يمثل نسبة ٩٢% وهي نسبة مقبولة إحصائيا لغايات تعميم نتائج الدراسة.

ثامنا: منهج الدراسة

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة ظهر جليا أن المنهج المناسب للدراسة هو المنهج الوصفي والتحليلي، لكونه منهجا مساعدا على التحليل الشامل والعميق للمشكلة قيد الدراسة، فعلى صعيد الدراسة الوصفية سيتم الاعتماد على البحوث النظرية والميدانية في هذا المجال من خلال المسح المكتبي.

أما على صعيد البحث الميداني التحليلي، فسيتم إجراء دراسة ميدانية بالاعتماد على الإستبانة المعدة لذلك مع تحليل كافة البيانات باستخدام الطرق الإحصائية المناسبة لمعالجتها.

تاسعا: أداة الدراسة

سيتم إعداد مقياس الدراسة استنادا إلى مقاييس توصلت إليها الدراسات السابقة، وسيقوم الباحثون بتصميم وتطوير إستبانة لقياس دور ثقافة الريادة في التنمية المستدامة، للإجابة عن تساؤل الدراسة، واختبار فرضياتها سيتم استخدام (تحليل الانحدار البسيط، وتحليل التباين الأحادي)، باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

عاشرا: صدق أداة الدراسة

للتعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه، تم عرضها على عدد من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الأغواط، وتم الأخذ بملاحظاتهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات، وإجراء التعديلات المطلوبة، بشكل دقيق يحقق التوازن بين مضامين الإستبانة في فقراتها.

الحادي عشر: ثبات أداة الدراسة

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الإستبانة) استخدم الباحثون معامل كرونباخ ألفا (Alpha Cronbach) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول رقم (١)

الجدول رقم(١)

قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

اسم المتغير	ث. الريادة	ت.الاقتصادية	ت. الاجتماعية	ت.بيئية	الإستبانة ككل
معامل الثبات(كرونباخ ألفا)	٠,٧٦	٠,٨٢	٠,٨٩	٠,٧٧	٠,٨٣

يلاحظ من الجدول رقم (١) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من ٠,٦٠ حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات الإستبانة (٠,٨٣) وهي نسبة ثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

المحور الثاني: الإطار النظري

١.إطار نظري لثقافة الريادة

يعزى تميز أي نظام في المنظمات إلى درجة تكيفه مع الممارسات الإدارية الحديثة، وفي ظل التغيرات العنيفة التي فرضتها البيئة المحيطة على المنظمات وما تمخض عن هذه التغيرات من تطور جوهري في الفكر الإداري، جيء بمدخل ثقافة الريادة كصيحة جديدة تعج بها أدبيات الإدارة وكضرورة حتمية لمواكبة التغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة بالمنظمات، فالريادية تكسب المنظمات مرونة عالية وتزيد من قدرتها على التعلم والتكيف السريع بغية اللحاق بالمنافسة وتلبية طلبات الزبائن والمحافظة على حصتها السوقية وتوسيعها(الدوري و صالح،٢٠٠٤: ٥).

١-١- مفهوم ثقافة الريادة

تمثل الريادة أحد الحقول المعرفية والفكرية التي تناولتها المدارس المعاصرة للأعمال بالدراسة والتحليل سعيا للوصول إلى الربحية المتفوقة (Superior Profit)، وقد اقترن مفهوم الريادة قديما بمفهوم الاستحداث الذي انتشر في عالم الأعمال (Business World) وخصوصا في البيئة اليابانية، وفي الآونة الأخيرة أصبحت الريادة تعني السبق من خلال الشجاعة والإقدام والتصميم والنجاح وتحمل المخاطرة لتحقيق التميز، ويعرف (الغالبي وإدريس،٢٠٠٧: ٥٦١) الريادة بأنها مجموعة من الخصائص المتعلقة ببدء الأعمال والتخطيط لها، وتنظيمها، وتحمل مخاطرها والإبداع في إدارتها، في حين يرى كل من (الطائي و الخفاجي،٢٠٠٩: ٢٤٥) بأن الريادة هي عملية خلق مشاريع جديدة والمساهمة في تنمية الابتكارات والتعامل مع مخاطر الدخول إلى مكانة سوقية جديدة، ويشير(السكارنة،٢٠٠٨: ١٩) أن الريادي هو الشخص الذي يتمتع بصفات أخذ المبادرة و قبول الفشل و المخاطرة، ولديه القدرة على طلب الموارد و المعدات والأفراد وباقي الأصول و يجعل منها شيئا ذا قيمة، و يقدم شيئا مبدعا و جديدا، وتنطبق الريادة على المنظمات من كل الأنواع والأحجام، حيث يسعى منظمي الأعمال إلى استغلال الفرص المتاحة، وخلق مشاريع جديدة (Shahzad and others,٢٠١٠:٢٠)، وتعتبر ثقافة الريادة عنصرا أساسيا في بيئة الأعمال الأمريكية على اعتبار أنها محرك لخلق فرص العمل والنمو الاقتصادي (http://en.wikipedia.org)، ويؤكد (الأسرج، ٢٠١٠: ٩) شيوع ثقافة الريادة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يحاول ٤% سنويا من مجتمع البالغين بداية نشاط ريادي، ويشير (الخفاجي،٢٠٠٥: ٥) للريادة بأنها سلوك إستراتيجي يقوم على البحث عن فرص ومميزات للوصول إلى خلق الثروة (Create value)، وقد أشار (Baumol, ٢٠٠٠:١٠) الى أن المنظمة الريادية هي مكونات الإنتاجية والنمو والابتكار والمرونة والإبداع وديناميكية أخذ المخاطرة، بينما أكد (cooper,٢٠٠٠:١٢) على ارتباط الريادية بشبكات المعلومات، والظروف البيئية، قوى السوق،سياسة الحكومة، التكنولوجيا الجديدة والأسواق الجديدة.

وبناء على ما سبق يعرف الباحثون المنظمات الريادية بأنها المنظمات التي تملك القدرة على تطوير منتجات وخدمات جديدة (New Products and Services)، مع أخذها سلوك المخاطرة سعيا للوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية (Competitive Advantage).

١-٢- إستراتيجيات الريادة

تطرق الكتاب في مجال الإدارة الإستراتيجية إلى أبعاد الريادة التنافسية، ومن خلال استطلاع بعض المصادر في هذا المجال تبين لنا أن هناك نوعا من التطابق بين آراء عدد من الكتاب والباحثين مثل كل من (Dess et.al,٢٠١٠:١٥٧)، (Porter,١٩٨٥:٦٥) حول الأبعاد الأكثر شيوعا والتي يعد كل واحد منها بمثابة بعدا أساسيا لتحقيق الريادة التنافسية للشركة، لهذا فقد تم التطرق في هذا العنصر إلى أربعة إستراتيجيات، تدعى بالإستراتيجيات التنافسية لـ Porter وهي عبارة عن إستراتيجيات تهدف إلى الحصول على ميزة تنافسية على المدى البعيد مع التخفيض من حدة التنافسية (Tarondeau& Huttin, ٢٠٠١ :٢٠٩).

١-٢-١- إستراتيجية الريادة في التكلفة

يرى (عبد العظيم،٢٠٠٥:١٣) أن إستراتيجية الريادة في التكاليف تركز على تخفيض تكلفة مدخلات الإنتاج مقارنة بالتكلفة التي يتحملها المنافسون، وتهتم إدارة المنظمات التي تطبقها بتخفيض تكاليف جميع أنشطتها مثل الإنتاج والتمويل والأفراد والتسويق والبحوث والتطوير، وتعد تلك الإستراتيجية هي الأكثر انتشارا على مستوى العالم ولاقت رواجا كبيرا خلال السبعينيات عندما ظهرت فكرة منحنيات الخبرة، يحقق إتباع هذه الإستراتيجية للمنظمة مركزا تنافسيا أفضل وعائدا أعلى للاستثمار (ROI)، بمعنى أن تكون المنظمة قادرة على تقليص تكاليفها أو تحسين إنتاجها دون تحمل أي تكاليف إضافية وتتمتع المنظمة التي تتبنى هذه الإستراتيجية بمجال ومدى واسع من السلع والخدمات التي يجري تسويقها في أسواق متعددة ويمكن تحقيق ذلك من خلال الاستثمار الأمثل للموارد، والإنتاج بمعايير مثالية، واستخدام

بدائل للمواد الأولية (كاظم، ٢٠٠٥:١٠) ، ويعرف (نجم،٢٠١٠: ١١) الريادة في التكلفة بأنها الميزة التي تقوم على أساس الكفاءة (Efficiency) وذلك بتقديم منتجات أو خدمات مماثلة للمنافسين بأسعار أقل، ومن مصادر تحقيقها هي: اقتصاديات الحجم، اقتصاديات التعلم، والكفاءة الإدارية..الخ، ويؤكد (Dilworth,١٩٩٦:٥٨-٦٠) على أن أية شركة عليها أن تركز على بعد الكلفة من اجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من الشركات المنافسة لها، في حين يؤكد (Aquilano,et.al,١٩٩٥:٢٤) بان الشركات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية اكبر كأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم منتجاتها بكلفة أدنى من المنافسين.

تأسيسا على ما تقدم نرى بان بعد الكلفة يُعد من الركائز الأساسية في نجاح الشركة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام الشركات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من القدرة التنافسية لمنتجات الشركة في السوق، وأن عدم اهتمام الشركة بتخفيض كلفها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من منتجات وأسواق قائمة.

١-٢-٢- إستراتيجية التمييز

يرى (عوض،٢٠٠٠: ١٧٦) بأن إستراتيجية التمييز تعبر عن القدرة التي تملكها المؤسسة في تقديم عرض مختلف عن منافسيها ولا يكون ذلك الاختلاف مميزا إلا إذا لوحظ في السوق، ويشير (Porter,١٩٨٥:٣٧) بأن هذه الإستراتيجية تبنى على رغبة الزبون بالدفع حتى ولو كان السعر مرتفعا مقابل منتجات أو خدمات متميزة على مثيلاتها، وبذلك فإن هذه الإستراتيجية تبني الميزة التنافسية من خلال جعل الزبون أكثر ولاء وأقل حساسية للسعر، ويبرز (نجم، مرجع سابق:١٢) بأن إستراتيجية التمييز تقوم على تقديم ما هو فريد بحيث يكون ذا قيمة للزبون، يمكن من خلالها للشركة فرض علاوة سعرية جراء القيمة الأعلى المقدمة لشريحة سوقية معينة، ومصادر هذه الميزة هي : الجودة، الابتكار، الموثوقية، العلامة التجارية، السمعة، موقف الشركة من البيئة، خدمة الزبون، الخدمات المتكاملة، في حين يرى

(الدوري،٢٠٠٥:٢٥٣) بأن التمييز يكون بإتاحة منتج وخدمة فريدة للزبون لأجل إشباع حاجاته وجذبه وتنمية درجة ولاءه للعلامة التجارية ومن ثم قدرة المنظمة على حماية نفسها من منافسيها.

يرى الباحثون أن إتباع أي منظمة لإستراتيجية التمييز يستلزم أن تتوافر لديها معلومات موثوق بها عن السوق الذي تعمل به فيجب أن تحصل على معلومات عن العملاء (Customers) وعن العروض التي يقدمها المنافسون، ويعتبر المصدر الواضح للحصول على تلك المعلومات هو إدارة التسويق والمبيعات.

يعرف الباحثون إستراتيجية التمييز تهدف هذه الإستراتيجية إلى تقديم سلعة أو خدمة مختلفة عما يقدمه المتنافسون لتناسب رغبات و احتياجات المستهلك، الذي يهتم بالتميز و الجودة أكثر من اهتمامه بالسعر.

١-٢-٣- إستراتيجية التركيز

تقوم الإستراتيجية التنافسية الثالثة التي يمكن أن تتبعها المنظمات، إستراتيجية التركيز، على أساس اختيار شريحة من العملاء والتركيز عمليا على الوفاء باحتياجاتهم المتميزة التي تختلف عن احتياجات باقي العملاء من خلال تخصيص خطوط إنتاجية لمنتج محدد أو التركيز على سوق معين، فمثلا ركزت إحدى شركات إنتاج الورق على إنتاج كمية قليلة من الورق بنوعية ممتازة، وبتكلفة أقل من منافسيها مما يجعلها تتميز في السوق، وإحدى شركات مستحضرات التجميل انتهجت إستراتيجية تركيز (Focus Strategy)لإنتاج منتجات تجميل ومنتج خاص للعناية بشعر المستهلكين ذوي البشرة السوداء وحققت ميزة تنافسية نتيجة تجاهل منافسيها لهذه الفئة من المستهلكين المحددين (Wheelen& Hunger, ٢٠٠٢:٣٣)، وتقود جهود المنظمة نحو ما يرى (Gibson, ٢٠٠٣: ٢٠٢) إلى مجال تنافسي ضيق أو جزء سوقي محدد لكي تحصل على مزايا تنافسية في ذلك الجزء المستهدف، ويشير(الدوري، مرجع سابق: ٢٥٦) إلى أن إستراتيجية التركيز تظهر من خلال سببين: الأول نحو خدمة حاجات مجموعة معينة من المستهلكين أو جزء من خط المنتجات، والثاني خدمة قطاع معين من السوق، وترى (شيقاره،٢٠٠٥: ٨٦) أن

هذه الإستراتيجية تتطلب التركيز على مجموعة خاصة من الزبائن أو على قطاع سوقي لمجموعة المنتجات أو على سوق جغرافي.

وبناء على كل ما سبق يرى الباحثون أن هذه الإستراتيجية تسعى إلى خلق تفوق تنافسي والوصول إلى موقع أفضل في السوق من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من الزبائن أو بواسطة التركيز على سوق جغرافي محدود أو استخدامات معينة للمنتج.

١-٢-٤- إستراتيجية الإبداع

لقد شغلت إستراتيجية الإبداع بال العديد من الباحثين على مر العصور، وصار استخدام كلمة الإبداع شائعا من قبل كافة المتخصصين وغير المتخصصين مع أن أكثرهم لا يملك تفسيرا واضحا لمعنى الإبداع، وأول من اهتم بمفهوم الإبداع و ما يتعلق به هو الاقتصادي الأمريكي النمساوي الأصل Josephe Schumpter الذي أصدر كتابه « The theory of development » عام ١٩١٢.

واستمرت الدراسات المتعاقبة في تناول جوانب أخرى للإبداع، فالإبداع عند اليابانيون حسب (حميني،٢٠٠٦:٢٧) يرون بأنه القدرة على تمييز الفرصة وحشد الموارد للامساك بها، في حين تشير (السويطي،٢٠١٠: ٥) بأن الإبداع على أنه توظيف أمثل للقدرات العقلية والفكرية التي تتميز بأكبر قدر من الطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات والقدرة على تحليلها بما يؤدي إلى تكوين ترابطات واكتشاف أفكار أو أساليب عمل جديدة داخل المنظمات الإدارية، ويبرز (الطويل وإسماعيل،٢٠١٠: ٨) مفهوم الإبداع بأنه العملية التي يقصد بها استحداث عناصر جديدة أو تقديم معالجات، وتحديد أفضل الأساليب للقيام بانجاز العمل المطلوب، بينما يرى (الحسنية،٢٠١٠: ١٠) أن الإبداع هوخلق قيمة أو إنتاج فكرة جديدة مفيدة سواء كانت تتعلق بإنتاج سلعة أو خدمة، أو تتعلق بالوسائل والإجراءات والعمليات، أو تتعلق بالإستراتيجيات والسياسات والبرامج التنظيمية، وذلك من قبل أفراد يعملون معا في نظام اجتماعي معقد.

كما أنه قد قام العديد من الكتاب بتعريف مصطلح الإبداع وورد في تعاريفهم خلط كبير بين مصطلح الإبداع Innovation والمصطلحات الأخرى كالابتكار Invention والخلق Creativite، فعني فريق من الباحثين بالتمييز بين مصطلح الإبداع والابتكار من خلال ما طرحوه من أفكار ووجهات نظر فقد أشارت (بلبولة، ٢٠٠٦: ٢٣) أن الإبداع هو عملية جلب الابتكارات نحو الاستخدام العملي مقابل كون الابتكار عملية جلب تكنولوجيا جديدة للوجود أو الإشارة إلى تكنولوجيا جديدة تنتج من تلك العملية، وعليه نستنتج أن الابتكار يتعلق بتوليد الأفكار أما الإبداع فهو يستوجب التطبيق العملي للابتكار، كما أن هناك العديد من الابتكارات التي لم تعرف أبدا التحول إلى إبداع وهذا راجع لكونها غير نافعة أو لا تتطابق مع الحاجات الحقيقية للزبائن الحاليين. بينما ميز كل من (بوصافي ومريزق،٢٠١٠: ٤) بين الابتكار الذي يعتبر تدفق لمجموعة من التصاميم و القطع الجديدة أو قد تكون صيرورة عمل جديدة، وبين الإبداع بحيث عندما يتحول هذا الابتكار إلى صفقة تجارية و يأخذ قيمة اقتصادية عندها فقط يتحول إلى إبداع، أما الخلق La Creation حسب (Oukil, ٢٠٠٩:٦) هو استخدام البراعة والخيال لتوليد مدخل أو طريقة جديدة غير مألوفة تتصف بالأصالة، والشيء الأصيل هنا هو الشيء الجديد الذي لا مثيل له من قبل، والإبداع تحويل الأفكار إلى منتجات أو خدمات، أو طرائق لها منفعة وقابلة للاستعمال.

وتأسيسا على ما سبق يرى الباحثون أنَّ الابتكار هو الشعلة étincelle في حين الإبداع هو الخليط الغازي mélange gazeux، حيث الأولى تتم في لحظة والثانية تتحقق مع الوقت، كما أنه لا داعي للبحث عن أي منهما الأهم أو لها الأولوية، حيث لا تتم إحداهما بدون الأخرى.

١-٣- أنواع الأعمال الريادية

يصنف (النجار والعلي،٢٠٠٦: ١٣) الأعمال الريادية و المبادرات الفردية التي تصنف أعمالا إبداعية و ريادية في ثلاثة محاور رئيسية:

- أعمال إبتكارية بحتة.

- أعمال إبتكارية مطورة من أفكار و معلومات و تكنولوجيا متوفرة.
- الملكية لأعمال إبتكارية.

١-٣-١- الأعمال الإبتكارية البحتة

يقوم المبادر الأول (The First Mover) و الريادي بنقل الفكرة الجديدة إلى منتج جديد و يبني نشاطا جديدا في عالم الأعمال، و من بين الأمثلة في هذا المجال ما قام به "**ستيفن جاب**" مؤسس شركة أبل كومبيوتر و كذلك" **بل غيتس**" مؤسس شركة Microsoft.

١-٣-٢- أعمال إبتكارية مطورة

يقوم المبادر و الريادي بتأسيس أعمال ريادية بناء على أفكار و معلومات و تكنولوجيا متوفرة، حيث يقوم المبادر بتوظيف التكنولوجيا المطورة لأغراض تخصصية في أعمال و مجالات أخرى مختلفة .فمثلا برنامج أبحاث الفضاء الأمريكي شهد تطبيقا للعديد من التكنولوجيات الفضائية في المجالات الخدمية كاستخدام تقنيات الاستشعار عن بعد في المجالات المدنية.

١-٣-٣- الملكية لأعمال إبتكارية

يعتبر (زايد،٢٠١٠:١١) أن هذا الوضع أقل أنواع الريادة حيث أن الشخص المبادر يشتري مؤسسة أو يمتلك عملا فالحاجة للإبداع و الابتكار أقل في هذا الوضع لكنه سوف يتحمل المخاطر المالية و يقتنص الفرص.

٢.إطار نظري للتنمية المستدامة

يشكل موضوع التنمية المستدامة بمختلف مفاهيمه أهمية بارزة على الصعيد الدولي، وخاصة في الآونة الأخيرة حيث لوحظ تنامي اهتمام كافة المجتمعات البشرية بالبيئة إذ أصبح تعريف الكوارث بالنسبة للإنسان لا يقتصر على الكوارث

الطبيعية المتمثلة في الزلازل والبراكين والأعاصير وإنما يتضمن مفهوما شموليا جديدا يعرف بالكوارث البيئية فالاحتباس الحراري، والتدهور البيئي، وتزايد النمو السكاني والفقر، وفقدان التنوع البيولوجي واتساع نطاق التصحر وما إلى ذلك من مشاكل بيئية كلها عوامل أدت إلى تغير النظرة العامة والاعتراف بأن المشاكل البيئة لا تنفصل عن مشاكل الرفاهية البشرية ولا عن عملية التنمية الاقتصادية بصورة عامة، إذ إن هذه العلاقة المتبادلة بين البيئة والتنمية دفعت العديد من المجتمعات إلى إعادة النظر في جميع أنماط التنمية التي لا تنسجم مع التوازنات البيئية.

٢- ١- مفهوم التنمية المستدامة

تزخر أدبيات اقتصاديات البيئة والموارد الطبيعية بالعديد من المفاهيم المرتبطة بالتنمية المستدامة ، فقد مر هذا المفهوم بمراحل تحولية أدت إلى توسيع نطاقه ليتضمن في الوقت الحاضر مسائل متعددة مثل حماية وصيانة البيئة وإحلال رأس المال الطبيعي **(Natural Capital)** بدلا من رأس المال الصناعي **(Industrial Capital)** وتحقيق العدالة بين الأجيال والمرونة في النظام البيئي والتنوع الحياتي والنمو السكاني والاستثمار في رأس المال البشري وحماية المجتمع (Shaw &et al. ,٢٠٠٠:٤) ، وقد وردت العديد من التعاريف للتنمية المستدامة، إذ عرفت بأنها الزيادة المتحققة في الناتج القومي الإجمالي لكل فرد بشرط أن لا تكون لهذه الزيادة أية آثار عكسية على الطبيعة والمجتمع كمشاكل التلوث والهدر في استغلال الموارد الطبيعية (Pearce &et) (Winograd,١٩٩٥: ٥) (al.,١٩٨٩:٤٥، كما عرفت بأنها تنمية وإدارة الموارد الطبيعية لضمان الطاقة الإنتاجية وتحسينها على الأمد البعيد والمستندة على قاعدة الموارد الطبيعية وتحسين توزيع الثروات وتحقيق الرفاهية المستمدة من أنظمة استغلال الموارد البديلة مع تأثيرات بيئية مقبولة (Schultink,١٩٩٢:٢٠٥).

وعرفتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادي بأنها تلك التنمية التي تكون طويلة الأجل والتي تؤدي إلى تعظيم الرفاهية للجيل الحالي دون أن تؤدي إلى تخفيض مستوى تلك الرفاهية في المستقبل ولتحقيق ذلك يتطلب إزالة تلك الآثار السلبية التي

تكون مسؤولة عن استنفاذ الموارد الطبيعية والتدهور البيئي كما يتطلب أيضا حماية السلع والخدمات العامة التي تكون ضرورية لتحقيق النمو الاقتصادي في ظل نظام بيئي سليم وصحي ومجتمع متماسك (OECD,٢٠٠١:٢).

كما عرفتها اللجنة العالمية للأمم المتحدة بأنها التنمية التي تحترم البيئة وتعتبر ملائمة تكنولوجيا وصالحة اقتصاديا ومقبولة اجتماعيا وتهدف إلى تلبية احتياجات الجيل الحالي دون التضحية أو الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها (Moris, ٢٠٠٢:٨) .

وعليه يعرف الباحثان التنمية المستدامة بأنها عملية البحث والتنفيذ لخطط جذرية تمكن المجتمع من النجاح، وهى عملية متشعبة الجوانب تتضمن البيئة الطبيعية والنظام الإقتصادى والحياة الاجتماعية ولإنجاحها لابد من تظافر كل الجهود في كافة التخصصات للوصول إلى الاستدامة والمحافظة على عالمنا.

بناء على ما سبق يرى الباحثان بأن وجود أكثر من تعريف للتنمية المستدامة لا يعكس اختلاف المفاهيم وإنما يعكس اختلاف الأبعاد التي ينظر من خلالها للتنمية المستدامة والمتمثلة بالبعد الاجتماعي والاقتصادي والبيئي والتي سيتم التطرق لها في العنصر اللاحق.

٢- ٢- أبعاد التنمية المستدامة

التنمية المستدامة هي التنمية التي لا تركز على الجانب البيئي فقط وإنما تشمل جوانب أخرى اقتصادية واجتماعية فهذه الجوانب تكون مترابطة ومتفاعلة ومتداخلة وتكمل بعضها البعض فهذه الأبعاد أشبه بالجذور التي تغذي التنمية المستدامة وتساعد على تحقيقه، وسيتم عرض جميع هذه الأبعاد مع التركيز على البعد البيئي كالأتي:

٢- ٢-١- البعد الاقتصادي للتنمية

يرى (أديب،٢٠٠٢ : ٨) أنَّ البعد الاقتصادي للتنمية يتعلق بمحاولة إيقاف تبديد الموارد الطبيعية عن طريق إجراء تخفيضات متواصلة في مستويات الاستهلاك

المبددة للطاقة والموارد الطبيعية وذلك عبر تحسين مستوى الكفاءة وإحداث تغيير جذري في أسلوب الحياة وأنماط الاستهلاك التي تهدد التنوع البيولوجي، في حين يبين (حرفوش وآخرون،٢٠٠٨:٩) أن البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة يتمحور حول الانعكاسات الراهنة والمستقبلية للاقتصاد على البيئة، إذ يطرح مسألة اختيار وتمويل وتحسين التقنيات الصناعية في مجال توظيف الموارد الطبيعية .

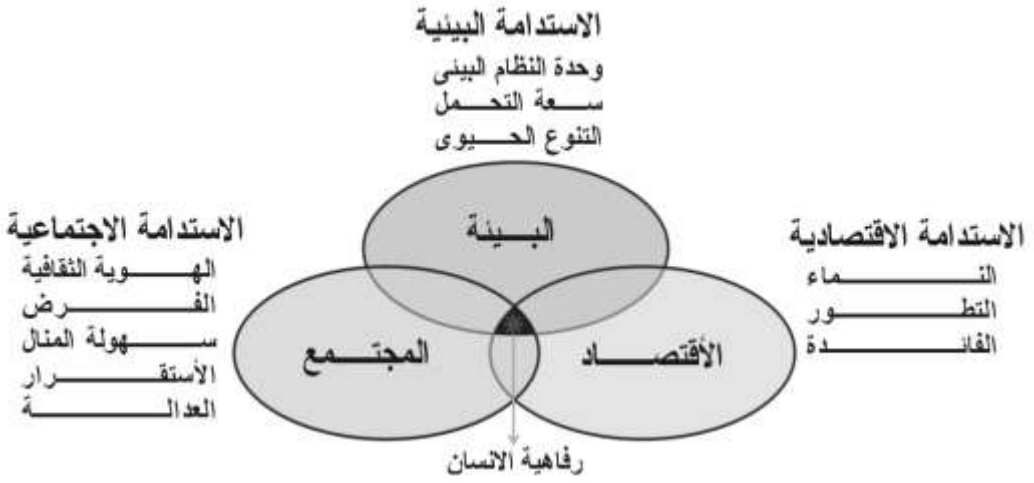
٢ -٢-٢- البعد الاجتماعي للتنمية

الفكرة الجوهرية للتنمية المستدامة حسب هذا البعد تتمثل في التركيز على سد حاجات ومتطلبات الجيل الحالي ليضمن أيضا حاجات الأجيال القادمة أي تامين الحياة الرغيدة والمرفهة لكل أفراد الجيل الحالي وأفراد الأجيال المستقبلية، ويتم تحقيق ذلك من خلال التوزيع العادل للثروات وتقديم الدعم للمجتمع المدني ومكافحة الفقر عن طريق توفير فرص العمل والتوظيف لكل أفراد المجتمع وتوفير مستلزمات الضمان الاجتماعي للكل (www.eeagrants.org).

٢ -٢-٣- البعد البيئي للتنمية

يرى (Dodds&venables,٢٠٠٥:٧-٨) أنَّ البعد البيئي للتنمية يتمثل في قدرة كوكب الأرض على تحمل العنصر البشري من خلال استيعاب النفايات والإشعاعات التي يخلفها الإنسان، لكي يقدم له في المقابل كل ما يحتاجه من مصادر الموارد الطبيعية ومصادر الطاقة، وإن فكرة الاستدامة البيئية تقوم على ترك الأرض في حالة جيدة للأجيال القادمة أفضل مما كانت، فإذا احتفظ الإنسان بنشاطه وأداءه دون استنزاف المواد الطبيعية أو إهدار البيئة الطبيعية يكون هذا النشاط مستدام طبيعيا (www. Sustainability .com)

ولنجاح عملية التنمية المستدامة لابد من ارتباط هذه الأبعاد وتكاملها نظرا الى الارتباط الوثيق بين البيئة والاقتصاد والأمن الإجتماعى وإجراء التحسينات الاقتصادية ورفع مستوى الحياة الاجتماعية بما يتناسب مع الحفاظ على المكونات الأساسية الطبيعية للحياة والتي تعتبر من العمليات طويلة الأمد، والشكل رقم (٢) يوضح العلاقة الإرتباطية بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة.



الشكل رقم (٢)الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة

www. arch.hku.hk/research/ BEER/sustain .com By .Sam C M Hui. ٢٠٠٢

٣.إطار نظري للريادة المستدامة

نشهد منذ مدة لا بأس بها تحولا مدهشا في منظمات الأعمال وذلك بسبب اتساع رقعة الزبائن المتطلبين، وثمة عوامل تدعو منظمات الأعمال إلى الحفاظ والبحث عن أساليب جديدة لتحقيق الريادة، قبل عقدين كانت ميزة (إدارة الجودة) (T.Q.M) تتسيد الموقف، حينها سعت المنظمات إلى تحسين جودة منتجاتها وعملياتها التشغيلية الداخلية، على أن هذه الجهود عززت فقط التوجهات الداخلية للمنظمات، ومنذ فترة ليست بالبعيدة بات مصطلح (CSM) أو (Customer Satisfaction Measurement) و قياس رضا الزبون، من متطلبات الريادة للمنظمة، ثم برز العامل البيئي ليتصدر حاليا قائمة الريادية وبات الزبائن الخضر (Green Customers) هم مفتاح نجاح المنظمات وديمومتها وأصبحوا يشكلون النسبة الغالبة في أسواق كثيرة من الدول الصناعية الكبرى.

٣- ١- الإنتاج الأخضر (الأنظف)

يقصد بالإنتاج الأخضر وهو الإنتاج الأنظف (Cleanest Product) والذي طرحه وتبناه برنامج الأمم المتحدة كأحد الوسائل الفاعلة للاستجابة للاتجاهات المطالبة بخفض مستوى التلوث البيئي والنفايات الصناعية اللذين أصبحا من المشاكل والتهديدات التي يواجهها كوكب الأرض لما له من آثار سلبية على الحياة. فالإنتاج الأخضر يعني الاستجابة وبالوسائل المختلفة لمتطلبات البيئة النظيفة عند القيام بإنتاج المنتجات المختلفة، في هذا الصدد يعرف (نجم، ٢٠٠٨، ١٨٢-١٨٣) الإنتاج الأخضر على انه الاستخدام المتواصل للمدخلات والعمليات والمخرجات المصممة منذ البدء للوقاية من التلوث مع خفض النفايات وتدني المخاطر البيئية على البيئة وصحة الإنسان .

ويضيف بأن الإنتاج الأخضر ثلاثة جوانب أساسية:

٣-١-١- المدخلات (Inputs): ويقصد بها استخدام مواد أولية مكملة ومتجددة واستبعاد المواد الكيماوية والسمية ذات التأثيرات السلبية على البيئة.

٣-١-٢- العمليات (Process): وهذا يتعلق باستخدام التكنولوجيا النظيفة في العمليات كأساس لمدخل الوقاية من التلوث، إن هذه التكنولوجيا تساعد على تحقيق أسس النتائج أو المنتجات التي تحققها التكنولوجيا التقليدية مع إزالة أو تخفيض من الآثار السلبية على البيئة، يضاف بأن هذه التكنولوجيا النظيفة ذات مخرجات أو منتجات ذات كفاءة أعلى وأفضل بيئيا، مما يؤدي إلى خفض الانبعاثات والنفايات الضارة للبيئة الناتجة عن الإنتاج.

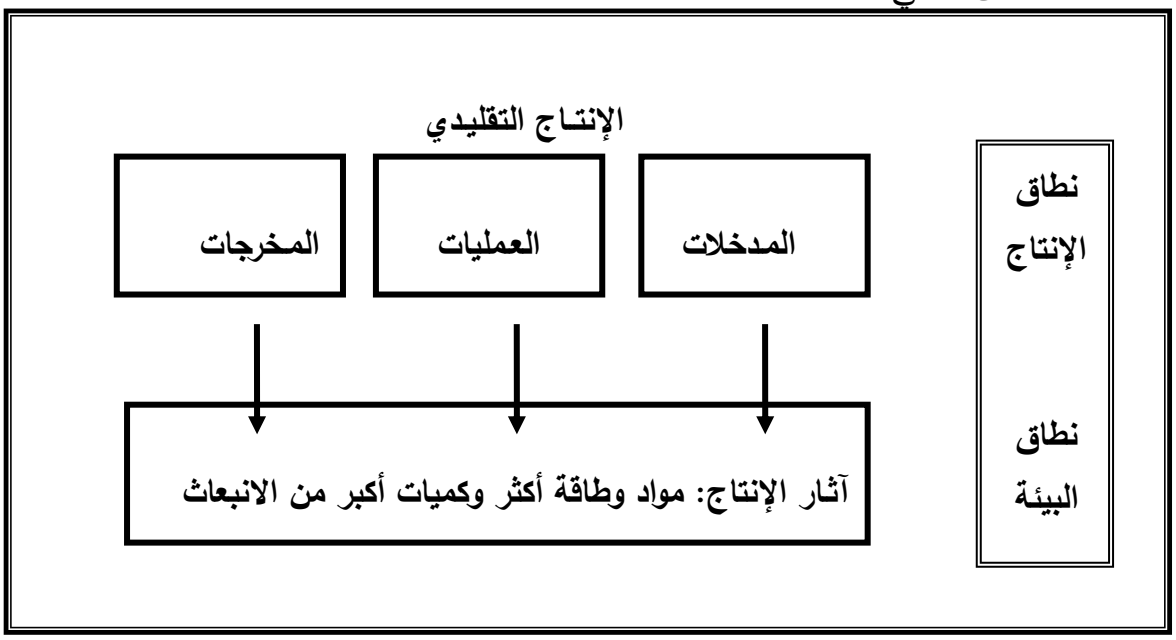
٣-١-٣- المخرجات (Output): يقصد بها المنتجات الودية بيئيا، أي المنتجات الخضراء ذات التأثير القليل أو المعدوم على البيئة وان المنتجات الخضراء تكون قابلة لإعادة التدوير والاستخدام وهي منتجات لا تسبب ضررا بيئيا ونفايات اقل مما يؤدي إلى تخفيض مستوى التلوث البيئي والذي يعكس على المجتمع وصحة الإنسان.

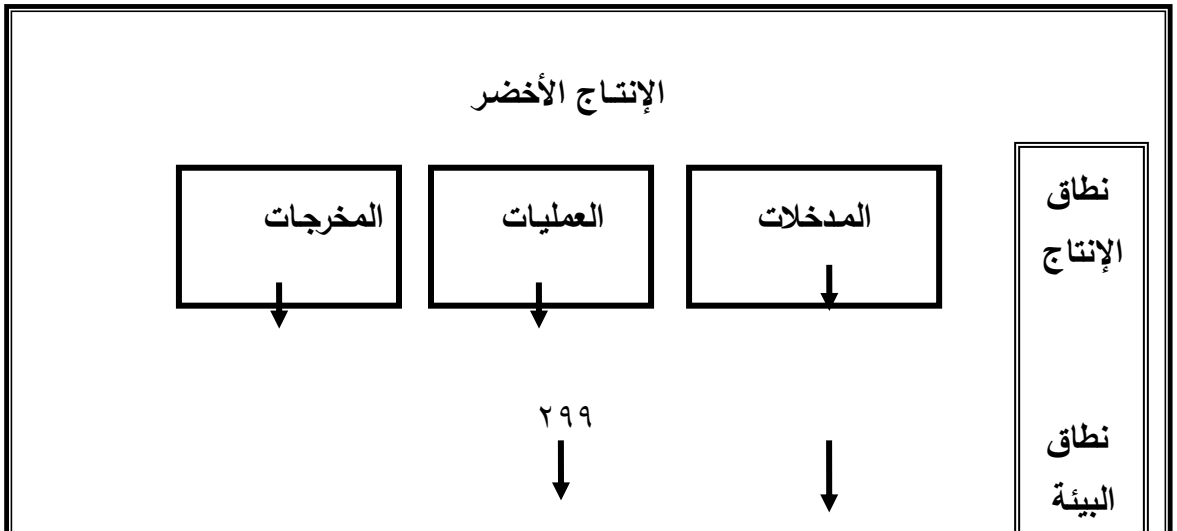
تأسيسا على ما سبق يرى الباحثون أن الإنتاج الأخضر يكون أقل ضررا وتكلفة بيئية وأكثر استخداما للمواد والطاقة المتجددة وأقل استخداماً للمواد الناضبة وتكون أكثر تحقيقا لإعادة التدوير وإعادة الاستعمال والتكييف والتصنيع والتصليح، وتكون اقل استخدما للمواد الخطرة.

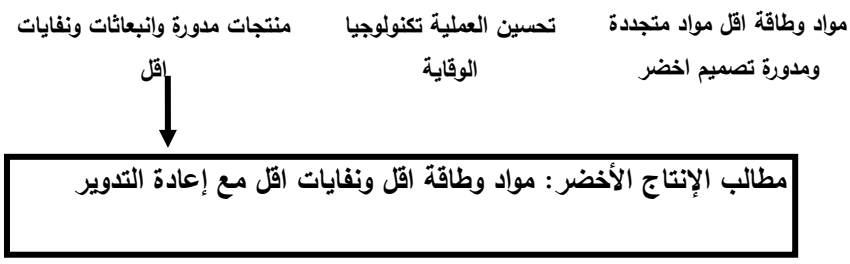
٣- ٢- التسويق الأخضر

استجابت الشركات التي تركز على الوقاية البيئية لبرامج التسويق الأخضر أو التسويق البيئي والذي يعرف بأنه تطوير منتجات أكثر أمنا بيئيا، وتغليف يعاد دورانه ومراقبات تلوث أفضل وعمليات أكثر كفاءة من استهلاكها للطاقة، بذلك تكون خضراء أي (صديقة للبيئة)، وعليه يمكن تقسيم عناصر المزيج التسويقي الأخضر حسب كل من (الصميدعي و العسكري،١٢:٢٠١٠) إلى:

من اجل توضيح اختلافات الإنتاج التقليدي عن الإنتاج الأخضر فإننا نعرض الشكل الآتي:







الشكل رقم (٣) الفرق بين الإنتاج التقليدي والإنتاج الأخضر
المصدر: نجم عبود نجم ، ٢٠٠٨ ، صفحة ١٨١ .

٣-٢-١- المستهلك الأخضر

المستهلك هو محور النشاط التسويقي ومن ثَمَّ فهو الذي يتمكن من جعل المنظمة في وضع أفضل، وهو قوة لا يستهان بها في توجيه أعمال المنظمة في ظل السباق المحتدم لمنظمات الأعمال في مضمار الاستجابة لحاجاته وتحقيق رضاه، وبعد تنامي الوعي بالبيئة، أصبح المستهلك الأخضر هو صاحب قرار الشراء عندما يتجنب المنتجات الضارة وغير الودية بيئيا، ولا ريب أن المستهلك المعني بسلامة البيئة يشكل ضغطا مؤثرا وفعالا على منظمات الأعمال، ولقد أكدت الدراسات أن المستهلكين الخضر باتوا النسبة الأكبر في أسواق العديد من الدول ويشكلون ما بين (٢٠ – ٦٠%) من مجموع المستهلكين.

٣-٢-٢- التسعير الأخضر

يتحدد التسعير الأخضر ضمن سياسة المنظمة التي تأخذ في الحسبان الاعتبارات البيئية، وفي هذا الشكل من التسعير تفرض علاوة سعرية على المنتج أو الخدمة على الزبائن مقابل مراعاة المطالب البيئية في استخراج المواد وتصنيعها وتغليفها وعرضها ونقلها وطرق تدويرها.

٣-٢-٣- التوزيع الأخضر

يراعي التوزيع الأخضر اعتبارات البيئة في تحريك السلع والحد من استهلاك الطاقة ومن الانبعاثات السامة مما يساهم في الحد من ظاهرة الدفء الحراري.

٣-٢-٤- الإعلان الأخضر

الإعلان التقليدي هو المتهم الأول بتشجيع المزيد من الاستهلاك وبالآتي خلق المزيد من التلوث، ينبغي أن يكون الإعلان من أجل منتجات صديقة للبيئة أي بدون تأثيرات بيئية سلبية.

بناءا على ما سبق يرى الباحثون أن التسويق الأخضر يساهم في تدفق المفاهيم الخضراء إلى الزبائن والمجتمع بما يخدم عملية النوعية والفهم لمتطلبات الحافظ البيئة وسلامتها من الإضرار سواء الإنتاجية، الاستهلاكية والسلوكية.

٣- ٣- معايير ISO ١٤٠٠٠ كنظام للريادة البيئية

يعتبر ISO١٤٠٠٠ معيار دولي واسع القبول لنظام الإدارة البيئية EMS يتكون هذا النظام حسب (حسين،٢٠١٠: ٩) من (١٧) عاملا ومتطلبا للمنظمة التي تبغي الحصول على هذه الشهادة وهي:

١.**السياسة البيئية:** يجب أن تطور المؤسسة لوثيقة تعهدها نحو البيئة ويجب استخدام هذه السياسة كإطار للتخطيط والفعل.

٢.**المفاهيم البيئية:** يجب أن تحدد المؤسسة المساهمات البيئية لمنتجاتها، أنشطتها وخدماتها. وتحديد تلك المساهمات التي لها آثار معنوية على البيئة.

٣.**المتطلبات القانونية والمتطلبات الأخرى:** المؤسسة عليها أن تحدد وتضمن تنفيذ القوانين والإجراءات والمتطلبات الأخرى التي تتحملها المؤسسة.

٤.**الأهداف والغايات:** على المؤسسة أن توضح الأهداف البيئية التي تتعهد بها، وأن تجعل هذه الأهداف، والسياسات والرؤى البيئية مفهومه وواضحة لذوي العلاقة بالمؤسسة.

٥.برنـامج الإدارة البيئيـة: وهـي خطـة تنفيذيـة للوصـول إلـى الأهـداف والغايـات المحددة.

٦.الهيكل والمسؤولية: علـى المؤسسـة صـياغة القواعد وتحديد المسؤوليات وتـوفير الموارد.

٧.التدريب و الإطلاع والكفاءة: التأكد من إكمال برامج تدريب العاملين وأنهم قادرين على تحمل كامل مسؤولياتهم البيئية.

٨.الاتصالات: على المؤسسة إيجاد هيكل لعمليات الاتصـال الداخلية والخارجية فيما يتعلق بنظام الإدارة البيئية.

٩.توثيـق نظـام الإدارة البيئيـة: العمـل علـى إدامـة المعلومـات والبيانـات حـول نظـام الإدارة البيئية في المؤسسة مع الوثائق الخاصة بذلك.

١٠. وثائق الرقابة: ضمان إدارة فعالة لوثائق وإجراءات النظام الأخرى.

١١. السـيطرة العمليـاتيـه: علـى المؤسسـة أن تعين وتحـدد خططهـا وتتـولى إدارة عملياتها وأنشطتها بشكل متناسق مع سياساتها وأهدافها وغاياتها.

١٢. التهيـؤ للحـالات الطارئـة والاسـتجابة لهـا: علـى المؤسسـة تحديـد الحـالات الطارئة التي يحتمل حدوثها وعليها وتطوير إجراءاتها للاستجابة لها ومنع حدوثها.

١٣. المراقبة والقياس: على المؤسسة مراقبة الأنشطة الأساسية والأداء الإجمالي لتلك الأنشطة.

١٤. إجـراءات المنـع والتصـحيح والإجـراءات غيـر الثابتـة: حـدد وصـحح المشـاكل وامنع حصولها مرة أخرى.

١٥. التسـجيل: حـافظ علـى إجـراءات تسـجيل مناسـبة لفعاليـات وأنشـطة وأداء نظـام الإدارة البيئية في المؤسسة.

١٦. تـدقيق نظـام EMS: تأكد دوريـا بـأن نظـام الإدارة البيئيـة EMS يعمـل حسـب ماهو مطلوب.

١٧. المراجعة الإدارية: راجع دوريا نظام الإدارة البيئية EMS بعين ثاقبة وفاحصة من أجل ضمان التطوير المستمر.

المحور الثالث :الجانب العملي للدراسة

١- تحليل البيانات المتعلقة بعينة الدراسة

١-١- النتائج المتعلقة بوصف خصائص عينة الدراسة

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، مدة العمل بالمؤسسة)، وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن وصفة عينة الدراسة على النحو الآتي.

أ-توزيع عينة الدراسة على وفق متغير الجنس

الجدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	٢١١	٥٩,٩٤
	أنثى	١٤١	٤٠,٠٦

يتضح من الجدول رقم (١) أن توزيع الذكور في العينة قد بلغ (٢١١) فرداً و بنسبة ٥٩,٩٤% من مجموع المبحوثين، وهذا يعني أن ما يزيد على نصف من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، علما أن عدد الإناث كان (١٤١) عاملة وبنسبة ٤٠,٠٦% من المجموع الكلي للعينة المبحوثة، ويعزى ذلك إلى أن المرأة تفضل العمل في مجالات أخرى كالصحة والتعليم.

ب-توزيع عينة الدراسة على وفق متغير العمر

الجدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
	أقل من ٢٥ سنة	٢٦	٧,٣٨
	٢٥ سنة- أقل من٣٠ سنة	٤٢	١١,٩٣

العمر	٣٠ سنة- أقل من٣٥ سنة	٨٣	٢٣,٥٧
	٣٥ سنة- أقل من٤٠ سنة	١٥٢	٤٣,١٨
	من ٤٠ سنة فأكثر	٤٩	١٣,٩٧

يتضح من الجدول رقم (٢) أن (١٥٢) من أفراد الدراسة والذين يمثلون ما نسبته ٤٣,١٨% من إجمالي عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (٨٣) منهم يمثلون ما نسبته ٢٣,٥٧% من إجمالي العينة المبحوثة قد كانت أعمارهم من ٣٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة، بينما يلاحظ أن (٤٢) فرداً من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين ٢٥ سنة و أقل من ٣٠ سنة، ويبلغ عدد الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن ٤٠ سنة (٤٩) فرداً بنسبة ١٣,٩٧ من إجمالي العينة المبحوثة، في حين شكلت فئة الأفراد الأقل من ٢٥ سنة أدنى فئة والتي كان عددها (٢٦) فرداً بما نسبته ٧,٣٨%.

ت-توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

الجدول رقم(٣)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	تقني سامي	١٨	٥,١١
	ثانوي	١٤١	٤٠,٠٥
	ليسانس	١٦٠	٤٥,٤٥
	شهادة عليا	٣٣	٩,٣٩

تبين من الجدول رقم (٣) أن (١٦٠) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته ٤٥,٤٥% من إجمالي عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ليسانس وهم أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة المبحوثة، تلاها الأفراد الذين يحملون المؤهل الثانوي والبالغ عددهم (١٤١) فرداً بنسبة ٤٠,٠٥%، بينما (٣٣) فرداً منهم يمثلون ما نسبته ٩,٣٩% من حملة الشهادات العليا، وأخيرا فإن (١٨) فرداً هم ممن لديهم مؤهل تقني سامي بنسبة ٥,١١%.

ث-توزيع عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة

الجدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
المسمى الوظيفي	مدير دائرة	٥٨	١٦,٤٨
	مساعد مدير	٧٨	٢٢,١٦
	رئيس قسم	٩٢	٢٦,١٤
	موظف	١٢٤	٣٥,٢٢

يتضح من الجدول (٤) أن (١٢٤) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته ٣٥,٢٢% من إجمالي عينة الدراسة هم من فئة الموظفين وهي الفئة الأعلى من أفراد الدراسة، في حين أن (٩٢) منهم يمثلون ما نسبته ٢٦,١٤% من إجمالي عينة الدراسة يشغلون منصب رئيس قسم، مقابل (٧٨) فرداً هم من فئة مساعد مدير ويمثلون نسبة ٢٢,١٦% من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا فإن (٥٨) فرداً من عينة الدراسة يمثلون ما نسبته ١٦,٤٨% هم من فئة مدير دائرة، وهذا أمر منطقي كون هذه الفئة تضم عددا قليلا ومحدودا من الأفراد، بخلاف المستويات الإدارية الأخرى كماهو معروف في الواقع الإداري.

ج- توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة العمل:

الجدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة على وفق متغير مدة العمل

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
مدة العمل	أقل من ٥ سنوات	٢٢	٦,٢٥
	٥ سنوات– أقل من١٠ سنوات	٨٠	٢٢,٧٢
	١٠ سنوات– أقل من١٥سنوات	٧٣	٢٠,٧٣
	١٥ سنةً فأكثر	١٧٧	٥٠,٣٠

يتضح من الجدول رقم (٥) أن (١٧٧) من المبحوثين تزيد مدة عملهم بالشركة على١٥ سنة وهذا ما يمثل نسبة ٥٠,٣٠% أي ما يزيد عن نصف العدد الإجمالي للعينة المبحوثة، في حين أن (٨٠) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته ٢٢,٧٢% من إجمالي أفراد الدراسة تتراوح مدة عملهم بالشركة من ٥ سنوات إلى أقل من١٠ سنوات، تليها في ذلك فئة الأفراد الذين تتراوح مدة عملهم من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة وقد كان عددهم (٧٣) فرداً وبنسبة ٢٠,٧٣% من إجمالي عينة الدراسة، بينما كان (٢٢) من أفراد الدراسة هم ممن تقل مدة عملهم عن ٥ سنوات بالشركة وبنسبة ٦,٢٥% ويمثلون بذلك أقل نسبة من حيث مدة العمل.

١-٢- النتائج المتعلقة بتصورات المبحوثين لأبعاد التنمية المستدامة

أ- نتائج تحليل بعد التنمية الاقتصادية

الجدول رقم(٦)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (التنمية الاقتصادية) مرتبة حسب متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
٠١	أرى أن الدخل الشهري مناسب لتغطية احتياجاتي.	٤,٢٥	٠,٦٩	٢	مرتفع
٠٢	أرى أن هناك عدالة في سياسة توزيع الثروة.	٣,٩١	٠,٨٩	٤	مرتفع

٠٣	أظن أن المستوى العام للأسعار مناسب.	٤,١٤	٠,٧٨	٣	مرتفع
٠٤	أعتقد أن معدلات البطالة في انخفاض.	٤,٢٦	٠,٦٦	١	مرتفع
٠٥	أرى أن أسعار العقارات معقولة.	٣,٩٠	٠,٨٩	٥	مرتفع
#	التنمية الاقتصادية	٤,١٣	٠,٤٤	٢	مرتفع

يعرض الجدول رقم (٦) نتائج تحليل البعد الأول من أبعاد التنمية المستدامة وهو بعد التنمية الاقتصادية والذي كانت عدد الأسئلة التي تقيسه هي (٥) أسئلة تمثلت في الأسئلة من (١-٥) كما جاء في أداة الدراسة (الملحق رقم١)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (٤,١٣) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة حوله بدرجة مرتفعة وهو إشارة إلى إدراك أفراد عينة الدراسة للتنمية الاقتصادية، حيث جاءت الفقرة رقم (٠٤) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٢٦) وبانحراف معياري (٠,٦٦)، تلتها في المرتبة الثانية وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (٠١) بمتوسط حسابي (٤,٢٥) وانحراف معياري (٠,٦٩)، في حين جاءت الفقرة رقم (٠٣) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٤,١٤) وانحراف معياري (٠,٧٨)، وجاءت جاءت الفقرة رقم (٠٢) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٩١) وانحراف معياري (٠,٨٩)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (٠٥) بمتوسط حسابي (٣,٩٠) وانحراف معياري (٠,٨٩).

ب-نتائج تحليل بعد التنمية الاجتماعية

الجدول رقم (٧)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (التنمية الاجتماعية) مرتبة حسب متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
٠٦	اعتقد أن هناك تحسن في مستوى التعليم.	٤,٢٩	٠,٥٨	١	مرتفع
٠٧	أعتقد أن هناك تحسن في المستوى الصحي.	٤,١٨	٠,٥٩	٣	مرتفع
٠٨	أرى أن وضعية السكن الاجتماعي مناسبة.	٤,٢٢	٠,٥٨	٢	مرتفع
٠٩	أرى أن هناك عدالة اجتماعية.	٤,١٧	٠,٥٧	٤	مرتفع
١٠	أعتقد أن هناك تمكين للمرأة في المجتمع.	٤,٢٠	٠,٥٧	٥	مرتفع

#	التنمية الاجتماعية	٤,٢١	٠,٣٩	١	مرتفع

يعرض الجدول رقم (٧) نتائج تحليل البعد الثاني من أبعاد التنمية الاجتماعية وهو بعد كفاءة العمل والذي جاء قياسه عن طريق (٠٥) أسئلة تمثلت في الأسئلة من (٦-١٠) كما وضحت في أداة الدراسة (الملحق رقم ١)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (٤,٢١) وبدرجة موافقة (مرتفعة) وهو أعلى متوسط من بين متوسطات أبعاد التنمية المستدامة، حيث جاءت الفقرة رقم (٠٦) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٢٩) وبانحراف معياري (٠,٥٨)، تلتها في المرتبة الثانية وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (٠٨) بمتوسط حسابي (٤,٢٢) وانحراف معياري (٠,٥٨)، في حين جاءت الفقرة رقم (١٠) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٤,٢٠) وانحراف معياري (٠,٥٧)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (٠٩) بمتوسط حسابي (٤,١٧) وانحراف معياري (٠,٥٧).

ت-نتائج تحليل بعد التنمية البيئية

الجدول رقم (٨)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (التنمية البيئية) مرتبة حسب متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
١١	هناك إجراءات و متابعة حكومية لحماية البيئة.	٣,٢٠	١,٠٥	٣	متوسط
١٢	هناك ثقافة بيئية في المجتمع.	٣,٢٦	١,٠١	٢	متوسط
١٣	هناك استغلال عقلاني للموارد الطبيعية.	٣,١٠	١,٠٢	٥	متوسط

١٤	هنـــاك تحـــكم فـــي مـــعدلات التـلوث.	٣,١٩	١,٠٧	٤	متوسط
١٥	هنـاك إسـتراتيجيات للمحافظـة على المساحات الخضراء.	٣,٢٨	١,٠١	١	متوسط
#	التنمية البيئية	٣,١٩	٠,٧٢	٣	متوسط

يبين الجدول (٨) نتائج تحليل البعد الثالث من أبعاد التنمية المستدامة والذي تمثل في بعد التنمية البيئية أين جاء قياسها عن طريق (٠٥) أسئلة تمثلت في الفقرات من (١١-١٥) كما هو موضح في أداة الدراسة (الملحق رقم ١)، بحيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (٣,١٩) وبدرجة موافقة (متوسطة) وهو بذلك يحتل المرتبة الأخيرة من حيث تصورات أفراد عينة الدراسة لمستوى التنمية المستدامة، حيث تراوحت قيمة المتوسطات الحسابية لكل الفقرات بين (٣,٢٨-٣,١٠).

١-٣- النتائج المتعلقة بتصورات المبحوثين لبعد ثقافة الريادة

للتعرف على مستويات الريادة السائدة لدى الشركة المبحوثة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات ثقافة الريادة وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (٩):

الجدول رقم (٩)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات بعد (ثقافة الريادة) مرتبة حسب متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
٠١	تسعى الشركة إلى زيادة حجم إنتاجها وتوسيع حصتها السوقية.	٣,٦٢	١,٢١	٧	مرتفع
٠٢	تسعى الشركة إلى استخدام أدوات تكنولوجية وأدوات مبتكرة.	٣,٥٥	١,١٦	٨	مرتفع
٠٣	هناك كفاءة واستخدام أمثل للموارد المتاحة	٣,٢٨	١,٠٢	١٢	متوسط

	المختلفة.				
٠٤	تسعى الشركة إلى امتلاك خبرات متخصصة وبصورة مستمرة.	٣,٢٩	١,٠١	١١	متوسط
٠٥	تحقق الشركة أرباحا رغم بيعها لمنتجاتها بنفس أسعار السوق.	٣,٦٩	١,١٥	٤	مرتفع
٠٦	تسعى الشركة إلى إيصال منتجاتها إلى أبعد نقطة في العالم.	٣,٦٣	١,٢١	٦	مرتفع
٠٧	الخدمات المقدمة تجعل الزبائن مصرين على التعامل مع الشركة.	٣,٦٦	١,٢٣	٥	مرتفع
٠٨	تخصص الشركة مبالغ طائلة على نشاط البحث والتطوير.	٣,٩٨	١,٠٨	٢	مرتفع
٠٩	يصعب تقليد نمط الخدمات والمنتجات التي تقدمها الشركة.	٤,١١	١,٠٤	١	مرتفع
١٠	تتميز الشركة بالاستجابة السريعة لمتطلبات الزبائن.	٣,٧٠	١,٢٦	٣	مرتفع
١١	يتركز الإنتاج المقدم من الشركة على المستوى المحلي فقط.	٢,٩٥	١,٤٩	١٥	متوسط
١٢	تركز منتجات الشركة على مجموعة محددة من الزبائن.	٣,٢٤	١,٢٣	١٣	متوسط
١٣	تتجنب الشركة المنافسة مع الشركات البترولية الأخرى.	٣,٥٢	١,٠٨	١٠	مرتفع
١٤	تبحث الشركة عن الفرص المهملة من المنافسين وتركز عليها.	٣,٥٣	١,٠٤	٩	مرتفع
١٥	تسعى الشركة إلى الدمج بين عنصر التكلفة وبين عنصر التميز.	٢,٩٦	١,٢٦	١٤	متوسط
#	ثقافة الريادة	٣,٤٧	٠,٧٨	١	متوسط

يبين الجدول رقم (٩) نتائج تحليل المتغير المستقل (ثقافة الريادة) ، والذي كانت عدد الأسئلة التي تقيسه هي (١٥) سؤالاً تمثلت في الأسئلة من (١-١٥) كما جاء في أداة الدراسة (الملحق رقم ١)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (٣,٤٧) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة حوله بدرجة متوسطة وهو إشارة إلى مستوى متوسط من ثقافة الريادة في شركة سوناطراك.

٢.تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة

قبل اختبار الفرضيات قام الباحث بالتأكد من عدم وجود ارتباط عالي بين المتغيرات التابعة "Multicollinearity" قام الباحث بإجراء معامل تضخم التباين"Variance Inflation Factor-VIF"، واختبار التباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير من المتغيرات المستقلة، ويشير الجدول رقم (١٠) إلى أنه إذا كان معامل التضخم (VIF) للمتغير يتجاوز (١٠) وكانت قيمة التباين المسموح به أقل من (٠,٠٥) فإنه يمكن القول أن هذا المتغير له ارتباط عال مع متغيرات تابعة أخرى وبالآتي سيؤدي إلى حدوث مشكلة في تحليل الانحدار. وقد تم الاعتماد على هذه القاعدة لاختبار الارتباط "Multicollinearity" بين المتغيرات التابعة. وكما يتضح في الجدول رقم (١٠) والذي يحتوي على المتغيرات التابعة وقيمة معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير، نلاحظ أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (١٠) وتتراوح ما بين (١,٢٧-١,٤١) كما نلاحظ أن قيمة التباين المسموح به لجميع المتغيرات كانت أكبر من (٠,٠٥) وتتراوح ما بين (٠,٧٠-٠,٧٨) وبذلك يمكن القول أنه لا يوجد ارتباط عال بين المتغيرات التابعة.

ومن أجل التحقق من افتراض التوزيع الطبيعي Normal Distribution للبيانات فقد تم الاستناد إلى حساب قيمة معامل الالتواء (Skewness) للمتغيرات،وكما يوضح الجدول(١٠) فإن قيمة معامل الالتواء لجميع متغيرات الدراسة كانت تقع ضمن المجال (٢،٢-) لذلك يمكن القول بأنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بالتوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

الجدول رقم(١٠)

اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء

المتغيرات	التباين المسموح به Tolerance	معامل تقييم التباين (VIF)	معامل الالتواء Skewness
التنمية الاقتصادية	٠,٧٠	١,٤١	٠,٥١
التنمية الاجتماعية	٠,٧٨	١,٢٧	٠,٨١
التنمية البيئية	٠,٧٦	١,٣٠	- ١,٣٦

وسيتم التأكد من صلاحية النموذج لكل فرضية على حدا كما هو موضح في الجدول رقم (١١)، حيث تدل قيم F في كل مرة على قدرة المتغير المستقل (ثقافة الريادة) على تفسير التباين في المتغير التابع (التنمية المستدامة) وبمستوى دلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمدة ($\alpha \geq$ ٠,٠٥)، وعليه فإننا نستدل من ذلك على صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة.

الجدول رقم (١١)

نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة

المتغير	المصدر	مجموع المربعات	معامل التحديد R	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
التنمية الاقتصادية	الانحدار	٢٧,١١	٠,١٣	*٥٥,٥٧	٠,٠٠٠
	الخطأ	١٧٠,٧٨			

التنمية الاجتماعية	الانحدار	٧,٦٠	٠,٠٣	*١٣,٩٩	٠,٠٠٠
	الخطأ	١٩٠,٢٩			
التنمية البيئية	الانحدار	٥,٦٧	٠,٠٢	*١٢,٣٩	٠,٠٠٨
	الخطأ	١٩٢,٢٢			

*ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha \leq$ ٠,٠٥)

٢-١- نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد (Multi Regression)

أ- **الفرضية الرئيسية الأولى:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية المستدامة.

الجدول رقم(١٢)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار دور ثقافة الريادة في التنمية المستدامة بأبعادها المختلفة.

مصدر التباين	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة المحسوبةt	مستوى دلالة t
التنمية الاقتصادية	٠,٤٣	٠,٠٩	٠,٢٥	٤,٤٦	*٠,٠٠٠
التنمية الاجتماعية	٠,٢٤	٠,٠٥	٠,٢٤	٤,٣٧	*٠,٠٠٠
التنمية البيئية	٠,٠٤	٠,٠٥	٠,٠٣	٠,٧٨	٠,٤٣٣
التنمية المستدامة	٠,٧٨	٠,١٠	٠,٣٨	٧,٨٠	*٠,٠٠٠

* ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha \leq$ ٠,٠٥)

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم(١٢) أنه يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) للمتغير المستقل (ثقافة الريادة) على المتغير التابع (التنمية المستدامة) في شركة سوناطراك، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (٧,٨٠) وهي أكبر من قيمتها الجدولية على مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) كما أن مستوى المعنوية (Sig= ٠,٠٠٠) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥)، وتشير قيمة (Beta) إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل (ثقافة الريادة) بوحدة واحده يقابله تغير بمقدار(٣٨%) في المتغير التابع (التنمية المستدامة) مما يقضي برفض

الفرضية العدمية، والتي تنص على أنه لا يوجد لثقافة الريادة في التنمية المستدامة وقبول الفرضية البديلة.

- **نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاقتصادية.

تشير النتائج الإحصائية في الجدول رقم (١٢) إلى وجود دور للمتغير المستقل (ثقافة الريادة) في المتغير التابع (التنمية الاقتصادية)، استنادا إلى أن قيمة T المحسوبة بلغت (٤,٤٦) وهي أكبر من قيمتها الجدولية على مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) كما أن مستوى المعنوية (Sig= ٠,٠٠٠) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥) مما يقتضي رفض الفرضية العدمية والتي تنص على أنه لا يوجد دور لثقافة الريادة في التنمية الاقتصادية، وقبول الفرضية البديلة.

- **نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية الاجتماعية.

يتبين من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (١٢) أنه يوجد دور لثقافة الريادة في التنمية الاجتماعية، استنادا إلى قيمة T المحسوبة التي بلغت (٤,٣٧) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، على مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥)، كما أن مستوى المعنوية (Sig= ٠,٠٠٠) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥) مما يقتضي رفض الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا يوجد دور لثقافة الريادة في التنمية الاجتماعية، وقبول الفرضية البديلة.

- **نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية.

يتبين من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (١٢) أنه لا يوجد دور لثقافة الريادة في التنمية البيئية، استنادا إلى قيمة T المحسوبة التي بلغت (٠,٧٨) وهي أقل من قيمتها الجدولية، على مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥)، كما أن مستوى المعنوية (Sig= ٠,٤٣٣) أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥) مما يقتضي قبول

الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا يوجد دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية.

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد للتدريجي (Stepwise Multiple Regression) لتحديد أهمية كل متغير تابع على حدا في المساهمة في النموذج الرياضي، الذي يمثل دور ثقافة الريادة في التنمية المستدامة (الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية) كما يتضح في الجدول رقم (١٣) الذي يبين ترتيب دخول المتغيرات التابعة في معادلة الانحدار، فإن ثقافة الريادة تفسر ما مقداره (١٣%) من التباين في المتغير التابع التنمية الاقتصادية ودخل في المرتبة الثانية متغير التنمية الاجتماعية حيث فسرت ثقافة الريادة ما مقداره (١٨%) من التباين في المتغير التنمية الاجتماعية. وخرج من معادلة الانحدار المتعدد المتدرج متغير (التنمية البيئة) على اعتبار أنه متغير ضعيف وغير مهم إحصائيا.

الجدول رقم (١٣)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي " (Stepwise Multiple Regression) **للتنبؤ بالولاء التنظيمي من خلال أبعاد التمكين كمتغيرات مستقلة**

مصدر التباين	قيمة معامل التحديد	قيمة المحسوبة t	مستوى دلالة t
التنمية الاقتصادية	٠,١٣	٧,٤٥	*٠,٠٠٠
التنمية الاجتماعية	٠,١٨	٤,٥٥	*٠,٠٠٠

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α أقل أو تساوي ٠,٠٥)

خرج من معادلة الانحدار المتعدد المتدرج متغير (التنمية البيئية)

٢-٢- نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)

- **نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة لمستوى ثقافة الريادة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

الجدول رقم (١٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للمتغيرات الشخصية في تصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة.

المتغير	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	٣٢	٦١,١٣	١,٩١	٢٥,٨٤	*٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٣١٩	٢٣,٥٨	٠,٠٧		
العمر	بين المجموعات	٣٢	٣٧٠,٤١	١١,٥٧	٦٥,٥٥	*٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٣١٩	٥٦,٣٢	٠,١٧		
المؤهل العلمي	بين المجموعات	٣٢	١٢٧,١٥	٣,٩٧	٢٢,٣٩	*٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٣١٩	٥٦,٦١	٠,١٧		
الخبرة	بين المجموعات	٣٢	٢٥,٨٥	٠,٨٠	٠,٨٦٢	٠,٦٨٦
	داخل المجموعات	٣١٩	٢٩٩,١٦	٠,٩٣		
المستوى الوظيفي	بين المجموعات	٣٢	٢٨٠,٠٧	٨,٧٥	.٩٤	*٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٣١٩	١٤٠	٠,٤٣	١٩	

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α أقل أو تساوي ٠,٠٥)

يتضح من النتائج الإحصائية الموضحة في الجدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة باختلاف متغير الجنس حيث وجدت أن (F= ٢٥,٨٤) ومستوى دلالة (Sig= ٠,٠٠٠) وهذه النتيجة معنوية عند مستوى دلالة (α≤٠,٠٥)، ويبين الوصف الإحصائي لعينة الدراسة أن الفروق بالنسبة للجنس كانت لصالح الذكور بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي حيث بلغ متوسط إجابات الذكور (٥٩,٩٤) ومتوسط إجابة الإناث (٤٠,٠٦).

وأشارت النتائج أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة باختلاف متغير العمر حيث وجدت أن (F= ٦٥,٥٥) ومستوى الدلالة (Sig= ٠,٠٠٠) وهذه النتيجة معنوية عند مستوى دلالة (α أقل أو تساوي ٠,٠٥).

كما أظهرت النتائج في الجدول رقم (١٤) أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة باختلاف متغير المؤهل العلمي حيث وجدت أن (F=٢٢,٣٩) ومستوى الدلالة (Sig= ٠,٠٠٠) وهذه النتيجة معنوية عند مستوى دلالة (α ≤٠,٠٥).

ويتبين من نتائج الجدول رقم (١٤) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة باختلاف متغير الخبرة حيث وجدت أن (F=٠,٦٨) ومستوى الدلالة (Sig= ٠,٦٨٦) وهذه النتيجة غير معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥).

ويتضح أيضا من الجدول رقم (١٤) أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة باختلاف متغير المستوى الوظيفي حيث وجدت أن (F=١٩,٩٤) ومستوى الدلالة (Sig= ٠,٠٠٠) وهذه النتيجة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥).

ومما سبق يقتضي مايلي: رفض الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات المبحوثين لمستوى ثقافة الريادة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي). وقبولها فيما يتعلق بمتغير الخبرة.

المحور الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

٣-١- الاستنتاجات

جاءت هذه الدراسة لتحديد دور ثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية المستدامة، وقد أجابت الدراسة عن تساؤل البحث، حيث توصلت الدراسة من خلال اختبار الفرضيات إلى عدة نتائج نذكر منها:

١- كشفت نتائج الدراسة عن وجود دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية المستدامة.

٢- تبين من نتائج اختبار الفرضيات عدم وجود دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في التنمية البيئية.

٣- توصلت الدراسة إلى وجود دور لثقافة الريادة لشركة سوناطراك في بعدي التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية.

٤- بينت نتائج التحليل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمستوى إدراك العاملين في شركة سوناطراك لثقافة الريادة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية الآتية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي).

٥- نستنتج من خلال نتائج التحليل أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمستوى إدراك العاملين لشركة سوناطراك لثقافة الريادة والتي تعزى لمتغير الخبرة.

٣-٢- التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصي الدراسة بما يأتي:

١- ضرورة الاهتمام بتنمية إدراك العاملين لثقافة الريادة من خلال تشجيعهم على روح الابتكار والتميز.

٢- ضرورة اهتمام إدارة شركة سوناطراك بالبعد البيئي والذي أثبتت الدراسة ضعف متوسطاته الحسابية، وعدم وجود دور لثقافة الريادة في تنميته.

٣- إعادة النظر في الهياكل التنظيمية التقليدية ومحاولة استبدالها بالهياكل الحديثة التي تميل إلى الأفقية أكثر من الهرمية بما يفسح المجال أمام العاملين لإدراك قدراتهم ومهاراتهم الريادية.

٤- ضرورة تبني الشركة لنماذج عمل حديثة (New business models) تقوم على اختزال هيكل التكلفة ومتابعة إستراتيجيات ريادية فعالة.

٥- ضرورة التطبيق العملي من قبل شركة سوناطراك لمبادئ ISO١٤٠٠٠ واحترام البيئة بمراعاتها لجانب المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility).

Abstract

Entrepreneurship Culture in light of sustainable development

"A Field Study On Algerian Sonatrach Oil Company

This Study sought to determine the role of entrepreneurship Culture on sustainable development, sustainable development have been identified through its three dimensions were in (Economic, Social, environmental).

To achieve the above objectives, questionnaire was developed and distributed to a sample consists (٣٨٣) subjects and then descriptive statistical technique such as (mean, standard deviation) and analytical statistical technique such as (regression, anova) were used to analyze the data. the study has reached the following conclusions:

١. there was no a statistical significant role for entrepreneurship Culture on environmental Development.

٢. there was a statistical significant role for entrepreneurship Culture on social Development.

٣. there was a statistical significant role for entrepreneurship Culture on economic Development.

The study has recommended the need to develop entrepreneurship Culture in the company researched and work on the practical application of the principles of ISO١٤٠٠٠ and respect for the environment by taking into account the side of social responsibility

Keywords: entrepreneurship Culture, sustainable development, economic development, social development, environmental development

المراجع References

أولا: المراجع باللغة العربية

١- أكرم احمد الطويل و رغيد إبراهيم إسماعيل، "**العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية**"، المؤتمر العلمي الثالث،إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن،٢٠١٠.

٢- بلال خلف السكارنة، "**الريادة وإدارة منظمات الأعمال**"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن،٢٠٠٨.

٣- حرفوش سهام و آخرون،"**الإطار النظري للتنمية الشاملة المستدامة ومؤشرات قياسها**"، المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، جامعة سطيف،٢٠٠٨.

٤- حسين عبد المطلب الأسرج،" **الريادية ودورها في التنمية العربية في ظل اقتصاد المعرفة**"،MRPA، أفريل ٢٠١٠.

٥- زايد مراد، "**الريادة و الإبداع في المشروعات الصغيرة و المتوسطة**"، الملتقى الدولي حول المقاولتية: التكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة،٢٠١٠.

٦- زكريا مطلك الدوري،" **الإدارةالاستراتيجية** ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع الأردن،٢٠٠٥.

٧- زكريا مطلك الدوري و أحمد علي صالح، " **إدارة التمكين واقتصاديات الثقة في منظمات أعمال الألفية الثالثة**"، دون طبعة، دار اليازوري، الأردن، ٢٠٠٩.

٨- سليم إبراهيم الحسنية،" **إطار عمل منطقي للإدارة بالإبداع**"، المؤتمر العلمي الثالث،إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن،٢٠١٠.

٩- شبلي إسماعيل السويطي،" **واقع الإبداع الإداري لدى إدارات المصارف العاملة في الضفة الغربية**"، المؤتمر العلمي الثالث، إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن،٢٠١٠.

١٠- شيقارة هجيرة،"**الإستراتيجية التنافسية ودورها في أداء المؤسسة**"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر،٢٠٠٥.

١١- طاهر محسن الغالبي و وائل محمد إدريس،" **الإدارة الإستراتيجية**" ، دار وائل للنشر والتوزيع، ط ١ ،الأردن،٢٠٠٧.

١٢- عبد الستار حسين، "**نظرة تحليلية للبعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال**" ، المؤتمر العلمي الدولي السنوي التاسع جامعة الزيتونة الأردنية،٢٠٠٩.

١٣- عوض احمد محمد،" **الإدارة الإستراتيجية:الأصول و الأسس العلمية**"، الدار الجامعية، الإسكندرية،٢٠٠٠ .

١٤- فايز جمعة صالح النجار و عبد الستار محمد العلي،" **الريادة و الأعمال الصغيرة**"، دار الحامد للنشر و التوزيع،٢٠٠٦.

١٥- كمال بوصافي و عدمان مريزق، "**الإطار النظري لعلاقة التفاعل بين الابتكار، التجديد و روح المؤسسة (الإماجينيرينغ)**"، المؤتمر العلمي الثالث،إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن،٢٠١٠.

١٦- محمد حسن عبد العظيم، "**دور المعلومات المحاسبية في تفعيل الإدارة الإستراتيجية في المنظمات**"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد الواحد والعشرون، يونيه ٢٠٠٠ .

١٧- محمد حسين الطائي ونعمة عباس الخفاجي،" **نظم المعلومات الإستراتيجية**"، ط١، دار الثقافة، الأردن، ٢٠٠٩.

١٨- محمود جاسم الصميدعي و احمد شاكر العسكري،" **التحديدات البيئية وأثرها على الأداء التسويقي في منظمات الأعمال: دراسة تحليلية**"، المؤتمر العلمي الدولي السنوي التاسع جامعة الزيتونة الأردنية،٢٠٠٩.

١٩- نجم عبود نجم،" **ذكاء الأعمال البيئي: البحث عن مصدر جديد للميزة التنافسية**"، المؤتمر العلمي الثالث،إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن،٢٠١٠.

٢٠- نعمة عباس الخفاجي،"**الريادة الإستراتيجية: المظلة، الأصول، القيمة**"، مؤتمر الريادة والإبداع، جامعة فيلادلفيا، الأردن،٢٠٠٥.

٢١- ياسين حميني،"**تفعيل عملية الإبداع من خلال تنمية العلاقات بالزبائن**"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر،٢٠٠٦.

المواقع الإلكترونية:

٢٢- http:// www.eeagrants.org.

٢٣- http:// www. Sustainability .com

٢٤- http:// www. arch.hku.hk/research/ BEER/sustain .com By .Sam C M Hui. ٢٠٠٢.

٢٥- http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship

ثالثا: المراجع باللغة الإنجليزية

٢٦- Argon-Correa, "**Strategic Proactivity and firm Approach to the Natural Environment**", Academy of Management Journal,Vol ٤١.No٥,١٩٩٨

٢٧- Baumaoul,"**Creativity and Innovation As Strategy**", www.transknowformance.com.cited ٢٠٠٤-٢-١٢.

٢٨- Bostjan Sandberg,"**Creating The Market for Disruptive Innovation: Market Proactiveness at the launch Stage**". www.Ebscoht.com.١٥/٠٨/٢٠٠٤

٢٩- Caruang. Albert,"**The Effect of Centralization and Formalization on Entrepreneurship in Export Firm**".Vol.٣٦.Issue.١,Journal of Small Business Management.٢٠٠٠

٣٠- Cooper. Arnold,"**Entrepreneurship Technollogy**",www.destination.km.com.cited.٢٠٠٤/٧/١٤

٣١- Daigee Shaw. et al. ," **A Property Rights and Contractual Approach to Sustainable Development**" , Journal of Environ Econ Policy Stud , Vol.٣;NO.٣. ٢٠٠٠

٣٢- David Pearce& et al.," **Blueprint for a Green Economy**", Earthscan Publications Ltd. London, ١٩٨٩.

٣٣- G. Dess, G. Lumpkin, A. Eisner, "**Strategic Management: Text and Cases**", Fourth Edition, McGraw-Hill, ٢٠١٠.

٣٤- Irfan Shahzad and others, "**Global Financial Crisis and its Effectson Entrepreneurship**":
www.wbiconpro.com/٤٪٥B١٪٥D.٪٢٠Irfan.pdf

٣٥- Julian Morris , "**Sustainable Development (promoting progress or perpetuating poverty)**" , profile books Ltd. , London ,٢٠٠٢.

٣٦- Mohand-Said Oukil, "**Enhancing Innovation and Entrepreneurship for Growth and Competitiveness of Arab Business Organizations**", The ٣rdScientific Forum in Jordan, April ٢٧-٢٩, ٢٠٠٩

٣٧- OECD, "**Sustainable Development Critical issues, Policy Brief** ",www.oecd.org/publications/pol_brief/,٢٠٠١.

٣٨- Porter, M. E," **Technology and Competitive Advantage, Journal of Business Strategy**", Vol. ٥, No. ٣, pp. ٦٠-٧٨, ١٩٨٥

٣٩- Richard Dodds &Roger Venables," **Engineering for Sustainable Development: Guiding Principles**",

www.raeng.org.uk/events/pdf/Engineering for Sustainable Development.pdf,٢٠٠٥

٤٠- Uma Sekaran, " **Research Methods For Business ,Building Approache**", John Wiley& Sons (Asia) Pte. LTD, Forth Edition, Sigapore,٢٠٠٣,P.٢٩٤